BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.1. Perkembangan dan Definisi Ilmu Komunikasi

Ilmu Komunikasi merupakan ilmu yang mempunyai kontinuitas tinggi, tidak bersifat absolut atau berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman, hal tersebut dikarenakan objek materi dari Ilmu Komunikasi adalah perbuatan, perilaku atau tingkah laku manusia yang selalu dipengaruhi oleh lingkungan.

Menurut para ahli, Imu Komunikasi dianggap bagian dari ilmu sosial dan merupakan ilmu terapan (*applied science*), dan karena termasuk ke dalam ilmu sosial dan ilmu terapan, maka Ilmu Komunikasi sifatnya interdisipliner atau multidisipliner. Hal itu disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu lainnya, terutama yang termasuk ke dalam ilmu sosial/ilmu kemasyarakatan.

Bierstedt, dalam menyusun urutan ilmu, menganggap jurnalistik (istilah lain komunikasi) sebagai bagian dari ilmu, dalam hal ini ilmu terapan. Hal ini wajar karena pada tahun 1457, ketika ia menulis bukunya, *journalism* di Amerika Serikat sudah berkembang menjadi ilmu (*science*), bukan sekedar pengetahuan (*knowledge*).

Joseph Pulitzer, seorang tokoh pers kenamaan Amerika Serikat yang pada tahun 1903 mendambakan didirikannya "*School of Journalism*" sebagai lembaga pendidikan untuk meningkatkan penegtahuan para wartawan. Gagasan

itu mendapat tanggapan positif dari **Charles Eliot** (Rektor Universitas Harvard) dan **Nicolas Murray Butler** (Rektor Universitas Columbia), karena ternyata *journalism* tidak hanya mempelajari dan meneliti hal-hal yang bersangkutan dengan persuratkabaran semata, tapi juga media masssa lainnya, antara lain radio dan televisi. Selain itu, radio dan televisi juga menyiarkan produk-produk siaran lainnya, Maka *journalism* berkembang menjadi *masss communication*. (Effendy, 2005 : 3-4)

Effendy menjelaskan lebih jauh, bahwa dalam perkembangan selanjutnya, *mass communication* dianggap tidak tepat lagi karena tidak merupakan proses komunikasi yang menyeluruh. Penelitian yang dilakukan oleh **Paul Lazarsfeld**, **Bernald Berelson**, **Hazel Gaudet**, **Elihu Katz**, **Robert Merton**, **Frank Stanton**, **Wilbur Schramm**, **Everett M. Rogers**, dan para cendekiawan lainnya menunjukkan bahwa:

> ”Gejala sosial yang diakibatkan oleh media massa tidak hanya berlangsung satu tahap, tetapi banyak tahap. Ini dikenal dengan *two-step flow communication* dan *multistep flow communication*. Pengambilan keputusan banyak dilakukan atas dasar hasil komunikasi antarpersona (*interpersonal communication*) dan komunikasi kelompok (*group communication*) sebagai kelanjutan dari komunikasi massa (*mass communication*)” (Effendy, 2005 : 4).

Karena itu, di Amerika serikat muncul *communication science* atau kadang juga dinamakan *communicology*, yaitu ilmu yang mempelajari gejala-gejala sosial sebagai akibat dari proses komunikasi massa, komunikasi kelompok, dan komunikasi antarpersona.

Kebutuhan orang-orang Amerika akan *science of communication*, sudah tampak sejak 1940-an, ketika seorang sarjana bernama **Carl I. Hovland** menampilkan definisi mengenai ilmu komunikasi.

> **Hovland** mendefinisikan ***science of communication*** sebagai: "*A systemic attempt to formulate in rigorous fashion the principles by which information is transmitted and opinions and attitude are formed*" (Effendy, 2005:4).
> (Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap) (Effendy, 2005:10).

Sedangkan prosesnya sendiri dari komunikasi itu oleh **Hovland** didefinisikan sebagai:"*The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behaviour and attitude are forme.*" (Effendy, 2005 : 4).
(Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate))" (Mulyana, 2003:62).

Selain itu, **Joseph A Devito** menegaskan bahwa komunikologi adalah ilmu komunikasi, terutama komunikasi oleh dan di antara manusia. Seorang komunikologi adalah ahli ilmu komunikasi. Istilah komunikasi dipergunakan untuk menunjukkan tiga bidang studi yang berbeda: proses komunikasi, pesan yang dikomunikasikan, dan studi mengenai proses komunikasi.

> Luasnya komunikasi ini didefinisikan oleh **Devito** sebagai:
>
> "Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari ganggua-ngangguan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut: konteks, sumber, penerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau proses *encoding*, penerimaan atau proses *decoding*, arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya paling esensial dalam setiap pertimbangan mengenai kegiatan komunikasi. Ini dapat kita namakan kesemestaan komunikasi; Unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan

> komunikasi, apakah itu intra-persona, antarpersona, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antarbudaya." (Effendy, 2005 : 5)

Itulah perkembangan singkat mengenai Ilmu Komunikasi yang mulainya di Amerika Serikat pada awal tahun 1900-an. Apabila kita ingin melihat lebih luas lagi mengenai komunikasi, kita dapat merujuk pada asal kata dari istilah komunikasi atau dalam bahasa Ingris *communication,* yang berasal dari kata Latin *communication,* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna.

Dari asal kata komunikasi diatas jelas, bahwa komunikasi merupakan suatu proses yang mempunyai tujuan yaitu tercapainya suatu kesamaan makna atau arti, diantara individu yang terlibat dalam interaksi dalam suatu komunikasi. Untuk lebih jelas lagi mengenai pengertian komunikasi, dapat dilihat beberapa definisi komunikasi menurut para ahli.

Menurut **Roger** dan **D Lawrence** (1981), mengatakan bahwa komunikasi adalah:

> "Suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam" (Cangara, 2004 :19)

Sementara **Raymond S Ross,** melihat komunikasi yang berawal dari proses penyampaian suatu lambang:

> "*A transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source*."
> (Proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya

sendiri arti atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber.) (Rakhmat, 2007:3).

Lain halnya dengan definisi komunikasi yang diberikan oleh **Onong Uchjana Effendy.** Menurutnya komunikasi yaitu: "Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya." (Effendy, 1993 :28)

Dari beberapa pengertian mengenai komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara mereka.

2.1.2. Komponen-komponen Komunikasi

Berdasarkan beberapa pengertian komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi terdiri dari proses yang di dalamnya terdapat unsur atau komponen. Menurut **Effendy** (2005:6), Ruang Lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*)

Untuk itu, **Lasswell** memberikan paradigma bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.1.2.1. Komunikator dan Komunikan

Komunikator dan komunikan merupakan salah satu unsur terpenting dalam proses komunikasi. Komunikator sering juga disebut sebagai sumber atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

Hafied Cangara dalam bukunya ”Pengantar Ilmu Komunikasi” mengatakan bahwa:

> ”Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga” (Cangara, 2004:23).

Begitu pula dengan komunikator atau penerima, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

Cangara menjelaskan, ”Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau negara”. Selain itu, ”dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber”. **Cangara** pun menekankan:

> ”Kenallah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak), berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi” (Cangara, 2004:25).

2.1.2.2. Pesan

Pesan yang dalam bahasa Inggris disebut *message*, *content*, atau *information*, salah unsur dalam komunikasi yang teramat penting, karena salah satu tujuan dari komunikasi yaitu menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan itu sendiri. **Cangara** menjelaskan bahwa:

> ”Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda” (Cangara, 2004:23).

2.1.2.3. Media

Media dalam proses komunikasi yaitu, ”Alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima” (Cangara, 2004:23).

Media yang digunakan dalam proses komunikasi bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlaku dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi misalnya, dalam hal ini media yang digunakan yaitu pancaindera.

Selain itu, ”Ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi” (Cangara, 2004:24).

Lebih jelas lagi **Cangara** menjelaskan, dalam konteks komunikasi massa media, yaitu:

> ”Alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surata kabar, majalah, buku, *leaflet*, brosur, stiker, buletin, *hand out*, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media

elektronik antara lain: radio, film, televisi, *video recording*, komputer, *electronic board*, *audio casette*, dan semacamnya" (Cangara, 2004:24).

2.1.2.4. Efek

Efek atau dapat disebut pengaruh, juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Namun, efek ini dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah dilakukan. Seperti yang dijelaskan **Cangara**, masih dalam bukunya "Pengantar Ilmu Komunikasi", pengaruh atau efek adalah:

"Perbedaaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang" (De Fleur, 1982, dalam Cangara, 2004:25).

Oleh sebab itu, **Cangara** mengatakan, "Pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan" (Cangara, 2004:25).

2.2.Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.1.Definisi Komunikasi Massa

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah kegiatan komunikasi yang mengharuskan unsur-unsur yang terlibat didalamnya saling mendukung dan bekerja sama, untuk terlaksananya kegiatan komunikasi massa ataupun komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Kemudian para ahli komunikasi membatasi pengertian media massa pada

komunikasi dengan menggunakan media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film.

Bagaimana peliknya komunikasi massa, seperti yang dikatakan oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, yaitu:

> "Yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa, yang meliputi surat kabar, yang mempunyai sirkulasi yang luas, radio dan televisi yang siarannya ditujukan kepada umum dan film-film yang dipetunjukan di gedung-gedung bioskop" (Effendy, 1990:11).

Sedangkan menurut Oemi Abdurrahman, *Massa Commnunication* (komunikasi massa) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, yaitu pers radio dan televisi dengan nama "*Message*" dapat diterima oleh komunikannya yang anonim dari heterogen secara "*Timely*" (tepat), masal dan simultaneously (bersamaan). (Abdurrahman, 1989:75). Sementara itu Astrid S. Susanto mengemukakan pendapatnya dengan orang banyak yang heterogen dengan latar belakang sosial pendidikan dan ekonomi" (Susanto, 1982:79).

Begitu banyaknya definisi tentang komunikasi massa, akan tetapi sebetulnya tujuan komunikasi massa adalah sama, yaitu menyampaikan pesan melalui media yang mampu menjangkau khlayak yang banyak. Seperti yang disimpulkan oleh Meletzke (1983), yang dikutip Jalludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi:

1. Komunikasi kita artikan setiap bentuk komunikasi massa yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar.

2. Komunikasi massa dibedakan dengan komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagai khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi dapat sampai pada saat yang sama. Semua orang mewakili berbagai masyarakat.
3. Bentuk komunikasi massa dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama, sebagai berikut: diarahkan kepada khalayak yang relatif besar heterogen anonim, pesan disampaikan secara terbuka seringkali dapat mencapai banyak khalayak, secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya yang besar (Rakhmat,1983:212-213).

Komunikasi massa terbatas pada proses penyebaran pesan melalui media massa yakni surat kabar, radio, televisi, film, majalah, dan buku, tidak mencakup proses komunikasi tatap muka (*face to face communication*) yang juga tidak kurang pentingnya, terutama dalam kehidupan organisasi.

2.2.2.Ciri-ciri Komunikasi Massa

Seperti dikatakan oleh Severin dan Tankard, Jr, komunikasi massa adalah keterampilan, seni, dan ilmu, dikaitkan dengan pendapat Devito bahwa komunikasi massa ditujukan kepada massa melalui media massa jika

dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, maka komunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus antara lain :

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah yaitu berbeda dengan komunikasi antar persona yang berlangsung dua arah, komunikasi massa berlangsung satu arah. Berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator.
2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga, artinya media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu, komunikatornya melembaga atau dalam bahasa asing disebut Institusionalized Communicator atau Organized communicator.
3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum (*public*) karena ditujukan pada perseorangan atau pada sekelompok orang tertentu. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan artinya media massa memiliki kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.
4. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen artinya bahwa komunikan atau khalayak merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaan secara terpencar-pencar, dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam segala hal, jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan,

pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita, dan sebagainya.

2.2.3.Fungsi Komunikasi Massa

Harold D. Lasswell, pakar komunikasi terkenal, juga telah menampilkan pendapatnya mengenai fungsi komunikasi itu. Dikatakan bahwa proses komunikasi di masyarakat menunjukan tiga fungsi:

1. Pengamatan terhadap lingkungan, penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur didalamnya.
2. Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan.
3. Penyebaran warisan sosial. Disini berperan para pendidik, baik dalam kehidupan rumah tangganya maupun di sekolah, yang mewariskan kehidupan sosial pada keturunan berikutnya (Effendy, 1984 : 27).

Sedangkan fungsi komunikasi massa menurut Sean McBride dan kawan-kawan dalam buku Aneka Suara, Satu Dunia (*Many Voices one World*) adalah sebagai berikut :

1. Informasi merupakan suatu proses pengumpulan, penyampaian, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain, agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan) merupakan penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak

sebagai anggota masyarakat yang efektif, yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif didalam masyarakat.

3. Motivasi merupakan penjelasan setiap tujuan masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan diskusi yaitu menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, meyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional, dan lokal.
5. Pendidikan merupakan pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan, serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kebudayaan yaitu penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetiknya.
7. Hiburan merupakan penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olah raga,

permainan, dan sebaigainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

8. Intergrasi merupakan penyedia bagi bangsa, kelompok, dan individu, kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal, mengerti, dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

2.2.4 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa meliputi lima hal berikut di bawah ini:

1. Komunikasi massa bersifat umum

   Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Meskipun pesan komunikasi masa bersifat umum dan terbuka, sama sekali terbuka juga jarang diperoleh, disebabkan faktor yang bersifat paksaan yang timbul karena struktur social

2. Komunikan bersifat heterogen

   Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertenpat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat.

   Komunikan dalam komunikasi massa adalah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; meskipun demikian orang-orang yang tersnagkut tadi tidak saling mengenal,

berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisasi. Komposisi komunikan tersebut tergeser-geser terus-menerus, serta tidak mempunyai kepemimpinan atau perasaan identitas.

3. Media Massa menimbulkan keserempakan

   Yang dimaksudkan dengan keserempakan alah keserempakan dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Keserempakan juga adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan-pesan. Tanpa komunikasi massa hanya pesan-pesan yang sangat sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan dari orang yang satu ke orang yang lain.

4. Hubungan komunikator – komunikan bersifat non-pribadi.

   Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunukator dan komunikan bersifat non-pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator.

5. Berlangsung satu arah (*one way communication*)

   Yaitu komunikator kepada komunikan. Tanggapan atau reaksi muncul belakangan (Romly, 2002:4).

2.3.Tinjauan Tentang Jurnalistik

2.3.1.Definisi Jurnalistik

Menurut **Asep Syamsul M Romli** melalui bukunya ”Jurnalistik Terapan, Pedoman Kewartawanan dan Penulisan”, pengertian jurnalistik dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yaitu pengertian jurnalistik secara harfiyah, konseptual, dan praktis.

Secara harfiyah, jurnalistik (*journalsitic*) yaitu:

> ”Kewartawanan atau hal-ihwal pemberitaan. Kata dasarnya ’jurnal’ (*journal*), artinya laporan atau catatan, atau ’jour’ dalam bahasa Prancis yang berarti ’hari’ (*day*) atau ’catatan harian’ (*diary*). Dalam bahasa Belanda, *journalistiek* artinya penyiaran catatan harian” (Romli, 2005:1).

Sementara secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang, yaitu:

1. Sebagai proses, jurnalistik adalah ”aktivitas” mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi kepada publik melaui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).
2. Sebagai teknik, jurnalistik adalah ”keahlian” (*expertise*) atau ”keterampilan” (skill) menulis karya jurnalistik (berita, artikel, *feature*) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara.
3. Sebagai ilmu, jurnalistik adalah ”bidang kajian” mengenai pembuatan dan menyebarluaskan informasi (peristiwa, opini, pemikiran, dan ide) melalui media massa. Jurnalistik termasuk ilmu terapan (*applied science*) yang dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi

informasi dan komunikasi dan dinamika masyarakat sendiri (Romli, 2005:2).

2.3.2.Komponen Jurnalistik

Namun, secara praktis, jurnalistik adalah proses pembuatan informasi atau berita *(news processing*) dan penyebarluasannya melalui media massa. Dari pengertian kedua ini, kita dapat melihat adanya empat komponen dalam dunia jurnalistik:

1. Informasi
2. Penyusunan Informasi
3. Penyebarluasan Informasi
4. Media massa (Romli, 2005:3)

2.4.Tinjauan Tentang Foto

2.4.1.Tinjauan Tentang Fotografi dan Foto Jurnalistik

> ”Fotografi menurut Amir Hamzah Sulaeman mengatakan bahwa fotografi berasal dari kata foto dan grafi yang masing-masing kata tersebut mempunyai arti sebagai berikut: foto artinya cahaya dan grafi artinya menulis jadi arti fotografi secara keseluruhan adalah menulis dengan bantuan cahaya, atau lebih dikenal dengan menggambar dengan bantuan cahaya atau merekam gambar melalui media kamera dengan bantuan cahaya (1981;94)”.

Fotografi juga merupakan gambar, fotopun merupakan alat visual efektif yang dapat menvisualkan sesuatu lebih kongkrit dan akurat, dapat mengatasi ruang dan waktu. Sesuatu yang terjadi di tempat lain dapat dilihat oleh orang jauh melalui foto setelah kejadian itu berlalu.

Pada dasarnya tujuan dan hakekat fotografi adalah komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi antara fotografer dengan penikmatnya, yaitu fotografer sebagai pengatar atau perekam peristiwa untuk disajikan kehadapan khalayak ramai melalui media foto.

Fotografi kewartawanan mempunyai daya jangkau yang sangat luas. Dia menyusupi seluruh fase intelektual hidup kita, membawa pengaruh besar atas pemikiran dan pembentukan pendapat publik. Kerja seorang wartawan foto adalah titipan mata dari masyarakat di mana foto yang tersaji adalah benar-benar bersifat jujur dan adil. Fotografi kewartawanan atau jurnalis adalah profesi pekerjaan untuk memperoleh bahan gambar bagi pemakaian editorial dalam surat kabar, majalah serta penerbitan lain. Sedangkan pekerjaannya sendiri memperoleh gambar-gambar yang akan melukiskan berita, memperkuat berita yang ditulis oleh reporter dan menyajikan berita secara visual.

Photo-Journalism menurut Norman, dipahami sebagai mencakup kombinasi gambar-gambar(ilustrasi) dan cerita (*story*). (1981; 183) fotografi pers merupakan pekerjaan memperoleh bahan gambar-gambar bagi pemakai editorial dalam surat kabar, majalah dan penerbitan lainnya, sudah ada pada pers Indonesia. Pekerjaan press fotographer adalah memperoleh gambar-gambar yang akan melukiskan berita, memperkuat cerita yang ditulis oleh reporter dan menyajikan berita secara visual.

Sesuai dengan sasaran yang esensial dari pekerjaan jurnalistik atau kewartawanan, yaitu membantu khalayak ramai mengembangkan sikap untuk menghargai apa yang dianggap baik, di samping merangsang kemauan untuk merubah apa yang dianggap kurang baik. Salah satu ciri yang dimiliki para juru foto koran adalah secepatnya disampaikan kehadapan sidang pembaca. Secepatnya berarti sesuai dengan sajian kehangatan peristiwa itu sendiri, sehingga betapa baiknya sebuah photo belumlah punya arti sebagai berita jika hanya disimpan dalam laci atau album.

Fotojurnalisik adalah suatu media sajian informasi berupa bukti visual (gambar) atas berbagai peristiwa yang disampaikan kepada masyarakat seluas-luasnya dengan tempo dan waktu yang cepat.

Foto jurnalistik secara umum memiliki ciri-ciri sebagai berikut; Memiliki nilai berita atau menjadi berita itu sendiri --berita yang mandiri; menjadi pelengkap (ilustrasi) suatu berita/artikel; Dimuat dalam suatu media, media cetak atau online.

Foto jurnalistik juga merupakan media penyampai. Untuk jenis fotojurnalistik biasanya alat penyampai melalui media massa, surat kabar (koran), majalah, tabloid dsb. Dan dalam perkembangan, kini foto-foto peristiwa juga bisa diakses melalui media internet.

Pada awalnya fotojurnalistik ini hanya sebagai foto pendukung sebuah penerbitan saja. Namun dalam perkembangannya fotojurnalistik tak lagi

sebagai foto pelengkap. Tetapi kini foto jurnalistik berkembang pesat dan mampu menjadi sebuah foto berita yang mandiri di dalam sebuah penerbitan.

Foto ini adalah kelompok foto yang digolongkan sebagai foto yang tujuan permotretannya karena keinginan "bercerita" pada orang lain. Jadi foto-foto di jenis ini kepentingan utamanya ingin menyampaikan pesan (*massage*) pada orang lain dengan maksud agar orang lain tersebut melakukan sesuatu tindakan psikis maupun psikologis terhadap suatu peristiwa yang disajikan.

2.4.2.Karakteristik Foto Jurnalistik

1. Pada dasarnya foto jurnalistik adalah merupakan gabungan antara foto dan berita. Sehingga keduanya antara foto dan berita (teks foto) memiliki keterikatan yang tak bisa dipisahkan. Sebuah foto mampu memberikan informasi yang lengkap apabila dilengkapi keterangan foto (caption). Berdasarkan standar internasional press keterangan foto (teks foto) selalu melekat di dalam foto itu sendiri dengan melilihat keterangan foto di dalam file info buka photoshop.
2. Foto jurnalistik disajikan dengan sejujur-jujurnya, bagaimana adanya tanpa ada rekayasa dalam penyajiannya. Fotojurnalistik biasanya memiliki media berupa media cetak, koran, majalah, tabloid dll, tanpa melihat berapa jumlah tiras yang diterbitkan. Namun dalam perkembangannya kini fotojurnalitik bisa dilihat melalui internet.
3. Lingkup foto jurnalistik adalah manusia. Itu sebabnya seorang jurnalis foto harus punya kepentingan mutlak pada manusia. Sehingga dalam

penyajiannya fotojurnalistik selalu ada unsur manusia, Seorang redaktur akan selalu menanyakan "Kok fotomu nggak ada manusianya". Itu sebabnya unsur manusia di dalam fotojurnalistik sangatlah penting dan mutlak.

4. Bentuk liputan foto jurnalitik adalah suatu upaya yang muncul dari bakat dan kempuan seseorang jurnalisfoto yang bertujuan melaporkan beberapa aspek dari berita. Tuga junalisfoto adalah melaporkan apa yang dilihat oleh mata kemudian direkam dalam sebuah gambar (image) yang kemudian disampaikan secara luas melalui media massa. Berilah kesan bawa pembaca (masyarakat) seolah-olah berada dilokasi peristiwa. Itu sebabnya bagi seorang fotojurnalis sangat pentik memiliki kemampuan dalam melakukan perekaman yang dituangkan dalam sebuah gambar yang dengan mudah dipahami oleh orang awam (masyarakat luas).
5. Foto jurnalistik adalah media komonukasi visual hasil liputan dari seorang fotojurnalis yang disampaikan kepada masyarakat luas. Fotojurnalistik juga merupakan media ekspresi seorang jurnalisfoto terhadap hasil karya-karyanya setelah melakukan hasil liputannya. Sehingga tak heran jika dalam sebuah media menyiapkan halamannya secara khusus untuk memajang foto-foto hasil liputan jurnalisfotonya. Baik foto yang di sajikan dalam bentuk display maupun dalam bentuk essai foto (foto bercerita).

6. Foto jurnalistik membutuhkan tenaga penyunting yang handal, berwawasan visual yang luas, jeli, arif dan bermoral dalam menilai foto-foto yang dihasilkan oleh fotojurnalis. Seorang penyunting (redaktur foto) juga harus mampu membantu mematangkan ide-ide dan konsep jurnalisfoto yang melakukan liputan terhasap sebuah peristiwa. Penyunting foto juga harus mampu memberi masukan, memilih foto agar tidak monoton terhadap foto-foto yang hendak disiarkan (dimuat).
7. Foto jurnalistik memiliki akurasi yang tinggi, karena seorang jurnalis secara langsung merekam peristiwa yang terjadi dilokasi. Pada setiap event seperti bentrokan, kerusuhan, perang dsb, seorang fotojurnalis selalu berada di garda paling depan, guna mengabadikan peristiwa melalui kameranya. [1]

2.5.Tinjauan Tentang Semiotika

2.5.1.Definisi Semiotika

Menurut Preminger, semiotika adalah ilmu tentang tanda yang menganggap bahwa fenomena sosial dan masyarakat itu merupakan tanda- tanda. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvesi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (dalam Sobur, 2001, p. 96).

[1] http://dodohawe.multiply.com/journal/item/4

Semiotik sebagai suatu modal dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut tanda. Dengan ungkapan lain, semiotika berperan untuk melakukan interogasi terhadap kode- kode yang dipasang agar pembaca bisa memasuki bilik-bilik makna yang tersimpan (Sobur, 2001).

Umberto Eco mengemukakan definisi semiotika sebagai berikut:

> ”pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari segala sesuatu yang dapat digunakan untuk berdusta (*lie*).” (Piliang, 2003:44)

Namun, **Yasraf Amir Piliang**, dalam bukunya yang berjudul ”Hipersemiotika: Tafsir *Cultural Studies* Atas Matinya Makna”, **Eco** mengemukakan lebih lanjut:

> ”Bila sesuatu tidak dapat digunakan untuk mengungkapkan dusta, maka sebaliknya ia tidak dapat pula digunakan untuk mengungkapkan kebenaran (*truth*): ia pada kenyataannya tidak dapat digunakan untuk ’mengungkapkan’ apa-apa. Saya pikir definisi sebagai sebuah teori kedustaan sudah sepantasnya diterima sebagai sebuah program komprehensif untuk semiotika umum (*general semiotics*)” (Piliang, 2003:45).

Piliang menjelaskan:

> ”Implisit dalam definisi **Eco** di atas adalah, bahwa bila semiotika adalah sebuah teori kedustaan, maka ia sekaligus adalah teori kebenaran. Sebab, bila sebuah tanda tidak dapat digunakan untuk mengungkapkan kebenaran, maka ia tidak dapat pula digunakan untuk mengungkapkan kedustaan. Dengan demikian, meskipun **Eco** menjelaskan semiotika sebagai teori kedustaan, implisit didalamnya adalah teori kebenaran, seperti kata siang yang implisit dalam kata malam” (Piliang, 2003:45).

Istilah semiotika sendiri berasal dari kata Yunani, *semeion*, yang berarti tanda atau dalam bahasa Inggris, *sign*, adalah ilmu yang mempelajari sistem tanda, seperti: bahasa, kode, sinyal, dan sebagainya.

Dick Hartono (1984, dalam Santosa, 1993:3, dalam Sobur, 2009:96) memberi batasan, semiotik adalah bagaimana karya itu ditafsirkan oleh para pengamat dan masyarakat lewat tanda-tanda atau lambang-lambang. **Luxemburg** (1984, dalam Santosa 1993:3, dalam Sobur, 2009:96) menyatakan bahwa semiotik adalah ilmu yang secara sistematis mempelajari tanda-tanda dan lambang-lambang, sistem-sistemnya dan proses pelambangan.

Preminger memberikan batasan yang lebih jelas mengenai definisi dari semiotika, bahwa:

> ”Semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti” (Preminger, 2001:89, dalam Sobur, 2009:96).

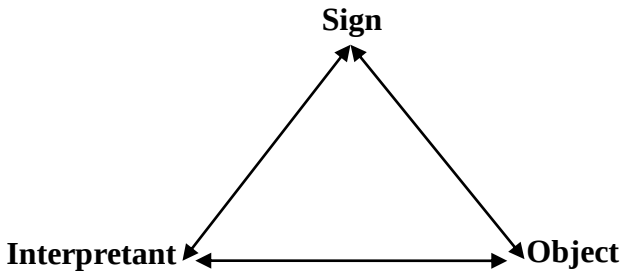
2.5.2.Semiotika Charles.Sander.Pierce

”Menurut Pierce salah satu bentuk adalah kata, Sedangkan objek adalah tanda yang ada dalam benak seseorang, maka munculah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. (Sobur, 2002:115)”.

Pierce juga mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh dari kepertamaan, objeknya adalah kedua, dan penafsiran unsur pengantara adalah contoh dari ketigaan. Ketigaan yang ada dalam

konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tidak terbatas, selama satu penafsiran (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda bagi lain (yaitu dari suatu makna dan penanda) bisa ditangkap oleh penafsiran lainnya. Penafsiran ini adalah unsur yang harus ada untuk mengaitkan tanda dengan objeknya (induksi, deduksi, penangkap) membentuk tiga jenis penafsiran yang penting. Agar bisa ada sebagai suatu tanda, makna tersebut harus ditafriskan yang dikupas teori segitiga makna adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi. Hubungan segitiga makna Pierce lazimnya ditampilkan seperti gambar berikut :

Gambar 3
Segi tiga Semiotik C.S.Pierce



***Sumber** : (Sumbo Tinarbuko, 2008, dalam buku semiotika komunikasi visual)*

Menurut Pierce **tanda** ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu.tanda akan selalu mengacu kepada suatu yang lain, oleh Pierce disebut **objek.** Mengacu berarti mewakili atau menggantikan, tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melaui **interpretant**. Jadi interpretant ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda, artinya

tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat ground yaitu pengetahuan tentang system tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukan oleh Pierce terkenal dengan nama segitiga semiotik

Bagi Charles Sander Pierce (Pateda, 2001:44 dalam Sobur, 2003:41), tanda *"is something which stand to somebody for something in some resfect or capacity."* Sesuatu yang digunakan agar tanda bias berfungsi , oleh Pierce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *represntamen*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground, object*, dan *interpretant.* Atas dasar hubungan ini, Pierce mengadakan klasifikasi tanda. Tanda yang dikaitkan dengan *ground* dibaginya menjadi *qualisign*, *sinsign*, dan *ligisign*. Berdasarkan Objeknya, Pierce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Dan Berdasarkan Interpretantnya dibagi atas *rheme, dicent sign* atau *decisign* dan *argument*

2.5.1.1. *Qualisigns, Sinsigns,* dan *Legisigns*

Untuk mempelajari lebih jauh lagi mengenai sign atau tanda, dapat dilihat pada *ground*-nya. "*Ground* adalah latar belakang tanda. *Ground* ini dapat berupa bahasa atau konteks sosial" (Ratmanto, dalam Mediator: Jurnal komunikasi, Vol. 5 No.1, 2004:32).

Dalam kaitannya tanda dengan ground-nya, **Pierce** membaginya menjadi tiga yaitu:

1. *Qualisigns*

   Tanda-tanda yang merupakan tanda-tanda berdasarkan sifat. Contoh, sifat merah merah mungkin dijadikan suatu tanda. Merah merupakan suatu *qualisigns* karena merupakan tanda pada bidang yang mungkin. Agar benar-benar menjadi tanda, *qualisigns* harus memperoleh bentuk, karena suatu *qualisigns* dalam bentuknya yang murni tidak pernah ada. Merah akan benar-benar menjadi tanda kalau ia dikaitkan dengan sosialisme, atau mawar, bahaya atau larangan. Misalkan bendera merah, mawar merah, dan lain-lain.

2. *Sinsigns*

   Tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilan dalam kenyataan. Semua pernyataan individual yang tidak dilembagakan dapat merupakan *sinsigns*. Misal jerit kesakitan, heran atau ketawa riang. Kita dapat mengenal orang dan cara jalan, ketawanya, nada suara yang semuanya itu merupakan *sinsigns*.

3. *Legisigns*

   Tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu aturan yang berlaku umum atau konvensi. Tanda-tanda lalu-lintas merupakan *legisigns*. Hal itu juga dapat dikatakan dari gerakan isyarat tradisional, seperti mengangguk yang berarti ”ya”, mengerutkan alis, cara berjabatan tangan. Semua tanda bahasa merupakan legisigns karena bahasa merupakan kode yang aturannya disepakati bersama (Ratmanto, dalam Mediator: Jurnal komunikasi, Vol. 5 No.1, 2004:32).

2.5.1.2. Ikon, Indeks, dan Simbol

Kaitan tanda juga dapat dilihat berdasarkan *denotatum*-nya. Menurut **Peirce**, denotatum dapat pula disebut objek.

> ”*Denotatum* tidak selalu harus konkret, dapat juga sesuatu yang abstrak. *Denotatum* dapat berupa sesuatu yang ada, pernah ada, atau mungkin ada” (Ratmanto, dalam Mediator: Jurnal komunikasi, Vol. 5 No.1, 2004:32).

Peirce membedakan tiga macam tanda menurut sifat hubungan tanda dengan *denotatum*-nya, yaitu:

1. Ikon

   Tanda yang ada sedemikian rupa sebagai kemungkinan, tanpa tergantung pada adanya sebuah *denotatum*, tetapi dapat dikaitkan dengannya atas dasar suatu persamaan yang secara potensial dimilikinya. Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa ikon adalah tanda yang keberadaanya tidak bergantung kepada *denotatum*-nya. Definisi ini mengimplikasikan bahwa segala sesuatu merupakan ikon, karena semua yang ada dalam kenyataan dapat dikaitkan dengan sesuatu yang lain. Foto, patung-patung naturalis, yang mirip seperti aslinya dapat disebut sebagai contoh ikon.

2. Indeks

   Sebuah tanda yang dalam hal corak tandanya tergantung dari adanya sebuah *denotatum*. Dalam hal ini hubungan antara tanda dan *denotatum*-nya adalah bersebelahan. Secara sederhana, dapat

disimpulkan bahwa indeks adalah tanda yang keberadaannya bergantung pada *denotatum*-nya. Kita dapat mengatakan bahwa tidak akan ada asap kalau tidak ada api. Asap dapat dianggap sebagai tanda api sehingga dalam kaitannya dengan api, asap ini dapat merupakan indeks. Segala sesuatu yang memusatkan perhatiannya pada sesuatu dapat merupakan indeks, berupa jari yang diacungkan, penunjuk arah angin, dan lain-lain.

3. Simbol

   Tanda yang hubungan antara tanda dan *denotatum*-nya ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku secara umum. Secara umum, yang dimaksud dengan simbol adalah bahasa (Ratmanto, dalam Mediator: Jurnal komunikasi, Vol. 5 No.1, 2004:32-33).

2.5.1.3. *Rheme, Dicisign,* dan *Argument*

Selain kaitan tanda dengan *ground* dan *denotatum*-nya, tanda juga dapat dilihat pada interpretan-nya. **Peirce** menyebutkan bahwa:

> ”Hal ini sangat bersifat subjektif karena hal ini berkaitan erat dengan pengalaman individu. Pengalaman objektif individu dengan realitas di sekitarnya sangat bermacam-macam. Hal ini menyebabkan pengalaman individu pun berbeda-beda, yang pada gilirannya nanti akan menyebabkan pengalaman subjektif individu pun berbeda” (Ratmanto, dalam Mediator: Jurnal komunikasi, Vol. 5 No.1, 2004:33).

Terdapat tiga hal, menurut Peirce, dalam kaitan tanda dengan interpretan-nya:

1. *Rheme*

   Tanda merupakan *rheme* bila dapat diinterpretasikan sebagai representasi dari kemungkinan denotatum. Misal, orang yang matanaya

merah dapat saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata, atau mata dimasuki insekta, atau baru bangun atau ingin tidur.

2. *Dicisign* (atau *dicent sign*)

   Tanda merupakan *dicisign* bila ia menawarkan kepada interpretan-nya suatu hubungan yang benar. Artinya, ada kebenaran antara tanda yang ditunjuk dengan kenyataan yang dirujuk oleh tanda itu, terlepas dari cara eksistensinya.

3. *Argument*

   Bila hubungan interpretatif tanda itu tidak dianggap sebagai bagian dan suatu kelas. Contohnya adalah silogisme tradisional. Silogisme tradisional selalu terdiri dari tiga proposisi yang secara bersama-sama membentuk suatu argumen; setiap rangkaian kalimat dalam kumpulan proposisi ini merupakan argumen dengan tidak melihat panjang pendeknya kalimat-kalimat tersebut (Ratmanto, dalam Mediator: Jurnal komunikasi, Vol. 5 No.1, 2004:33).

2.5.3. Macam-macam Semiotika

Setidaknya terdapat sembilan macam semiotik yang ada dan kita kenal saat ini, diantaranya:

1. *Semiotik analitik*, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. **Peirce** menyatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat

dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada objek tertentu.

2. *Semiotik deskriptif*, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang. Misalnya, langit yang mendung menandakan bahwa hujan tidak lama lagi akan turun, dari dulu hingga sekarang tetap saja seperti itu.
3. *Semiotik faunal*, yakni semiotik yang khusus memeperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan.
4. *Semiotik kultural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu.
5. *Semiotik naratif*, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan.
6. *Semiotik natural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.
7. *Semiotik normatif*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu lintas.
8. *Semiotik sosial*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang yang berwujud kata maupun lambang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat.

9. *Semiotik struktural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa (Pateda, 2001:29, dalam Sobur, 2009:100-101).