BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu kebutuhan manusia yang sangat mendasar. Seperti halnya makan dan minum, manusia membutuhkan komunikasi untuk kelangsungan hidupnya. Komunikasi diibaratkan seperti detak jantung, keberadaannya amat penting bagi kehidupan manusia, namun kita sering melupakan betapa besar peranannya.

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. (Effendy, 2006:9).

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari manfaatnya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik, atau

terlalu luas, misalnya komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikannya.

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Onong Effendy Uchjana dalam buku "*Ilmu Komunikasi dan filsafat komunikasi*", mengatakan bahwa "Ilmu komunikasi adalah Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap." (Effendy, 2006: 10)

Berdasarkan dari definisi di atas, dapat dijabarkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (berupa lambang) kepada orang lain (komunikan) bukan hanya sekedar memberitahu, tetapi juga mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu (merubah perilaku orang lain).

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Dalam prosesnya Mitchall. N. Charmley memperkenalkan 5 (lima) komponen yang melandasi komunikasi, yaitu sebagai berikut :

- Sumber (*Source*)
- Komunikator (*Encoder*)
- Pertanyaan/Pesan (*Message*)
- Komunikan (*Decoder*)
- Tujuan (*Destination*), (Susanto, 1988;31)

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas, merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut tersebut oleh para ahli komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagian, yaitu :

1. Komunikasi Verbal
   Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis symbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu *system* kode verbal.
2. Komunikasi *non verbal*
   Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi *non verbal* mencakup semua rangsangan (kecuali rangsang verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. (Mulyana, 2000 : 237)

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma yang ditemukan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjalaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut *Who Say What In Whice Channel To Whom Whit What Effec?*.

Jadi menurut paradigma tersebut, Lasswell mengartikan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator melalui media yang menimbulkan efek tertentu. dibawah ini adalah penjelasannya:

Tabel 2.1

Model Lasswel

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Siapa (*Who*) ?	Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan.
2.	Mengatakan apa (*Says What*) ?	Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang

No	Pertanyaan	Jawaban
3	Melalui saluran apa (*In Which Channel*) ?	Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
4.	Kepada siapa (*To Whom*) ?	Komunikan : orang yang menerima pesan.
5.	Dengan efek apa (*With What Effect*) ?	Efek : dampak sebagai pengaruh pesan

(Sumber : Effendy, 1993 : 253)

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami, menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan;
- Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang;
- Komunikan : Orang yang menerima pesan;
- Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya;
- Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 2002 : 6)

2.1.3 Sifat Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" menjelaskan dalam berkomunikasi memiliki sifat-sifat adapun beberapa sifat komunikasi tersebut:

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 agar adanya umpan balik (feedback) dari komunikan itu sendiri, dalam penyampaian pesan komunikator biasa secara langsung (face-to-face) tanpa mengunakan media apapun, komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal di bagi ke dalam dua macam yaitu lisan (*Oral*) dan tulisan (*Written/printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gesturual*) seperti melambaikan tangan,mengedipkan mata dan sebagainya, dan menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan opleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana dalam buku " Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" mengatakan ada pun beberapa tujuan berkomunikasi:

a. Perubahan sikap(*attitude change*)
b. Perubahan pendapat(*opinion change*)
c. Perubahan perilaku(*behavior change*)
d. Perubahan sosial(*social change*) (Effendi, 2006:8)

Joseph Devito dalam bukunya "*Komunikasi Antar Manusia*" menyebutkan bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

- Menemukan
  Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar-dunia yang dipenuhi obyek, peristiwa, dan manusia lain.
- Untuk berhubungan
  Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain
- Untuk meyakinkan
  Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita
- Untuk bermain
  Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik, dan film sebagian besar untuk hiburan.(Devito, 1997: 31)

2.2 Jurnalistik

Jurnalistik (Jounalistic) sebagai salah satu disiplin ilmu telah mengalami perkembangan yang cukup panjang, mulai dari kegiatan pemasangan pamflet pada zaman Romawi Kuno. Jurnalistik berkembang dari keperluan menyampaikan berita secara sederhana sampai pada berdirinya suatu lembaga jurnalistik.

Istilah jurnalistik sendiri bersumber dari bahasa Belanda, *journalistiek.* Dalam pendekatan bahasa, dikenal pula istilah *journalistic* atau *journalism* yang dalam bahasa inggris berarti harian atau setiap hari. Sedang dalam pengertian operasional, menurut Onong U. Effendy (1986:96), ”jurnalistik adalah ilmu yang merupakan keterampilan atau kegiatan mengolah bahan berita, mulai dari peliputan sampai kepada penyusunan yang layak disebarluaskan kepada masyarakat.”

Erik Hodgins, redaktur majalah *Time*, (dalam Suhandang), menyatakan bahwa jurnalistik adalah pengiriman informasi dari sini ka sana dengan benar, seksama, dan cepat, dalam rangka membela kebenaran dan keadilan berpikir yang selalu dapat dibuktikan (Suhandang, 2004:23). Sedangkan Ronald E. Wolseley dalam *Understanding Magazines*, dalam Mappatoto, menyebutkan jurnalistik adalah pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan, dan penyebaran informasi secara umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematik, dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran (Mappatoto, 1993:63-70).

Secara umum, jurnalistik dapat diartikan sebagai teknik mengolah berita, mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarkannya kepada khalayak. Apa saja yang terjadi di dunia, apakah itu fakta peristiwa atau pendapat yang diucapkan seseorang, jika diperkirakan menarik perhatian khalayak, bisa dijadikan bahan berita untuk dapat disebarluaskan kepada masyarakat, dengan menggunakan sebuah media. Seperti yang dikemukakan Sumadiria, dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature* sebagai berikut:

> Jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya (Sumadiria, 2005;3)

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa jurnalistik adalah sebuah proses pencarian berita sampai berita tersebut disebar luaskan kepada khalayak dengan menggunakan sebuah media berkala. Suhandang dalam buku *Pengantar Jurnalistik, Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik* memberikan pengertian jurnalistik sebagai berikut:

> Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya (Suhandang,2004;21)

Jadi, jurnalistik mengandung unsur seni atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan informasi dalam bentuk berita secara indah agar dapat diminati dan dinikmati, sehingga bermanfaat bagi segala kebutuhan pergaulan hidup khalayak.

Sedangkan hubungan antara jurnalistik dengan pers adalah pers merupakan suatu lembaga kemasyarakatan yang menjalankan kegiatan jurnalistik. Boleh dikatakan bahwa pers adalah media khusus untuk digunakan dalam mewujudkan dan menyampaikan karya jurnalistik kepada khalayak. Hubungan antara pers dengan jurnalistik seperti yang dikemukakan oleh Suhandang dalam buku *Pengantar Jurnalistik, Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik* :

> Secara luas, pers dan jurnalistik merupakan suatu kesatuan (institusi) yang bergerak dalam bidang penyiaran informasi, hiburan, keterangan dan penerangan tadi dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hati nurani manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupan sehari-hari (Suhandang, 2004;40)

Jelas tampak adanya hubungan yang tak dapat dipisahkan antara pers dengan jurnalistik. Seperti yang dikemukakan Effendy, dalam bukunya *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, yakni

> Pers adalah lembaga atau badan atau organisasi yang menyebarluaskan berita sebagai karya jurnalistik kepada khalayak. Pers dan jurnalistik dapat diibaratkan sebagai raga dan jiwa. Pers adalah asper raga, karena ia berwujud, konkret, nyata; oleh karena itu ia dapat diberi nama, sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa, karena ia abstrak, merupakan kegiatan, daya hidup, menghidupi aspek pers. (Effendy, 2003;90)

Maka dari itu, pers dan jurnalistik merupakan dwitunggal. Pers tidak mungkin bisa beroperasi tanpa jurnalistik. Sebaliknya, jurnalistik tidak akan mungkin mewujudkan suatu karya bernama berita tanpa adanya pers.

Peristiwa besar maupun kecil, tindakan organisasi maupun pendapat individu, asal itu dapat menarik massa pembaca, pendengar, ataupun pemirsa, akan menjadi dasar jurnalistik untuk kemudian diolah menjadi berita yang disebarluaskan kepada masyarakat. Lebih lanjut lagi peristiwa akan menjadi berita apabila mempunyai kepentingan bagi masyarakat.

2.3. Fotografi

Pada dasarnya, fotografi merupakan karya seni. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, fotografi merupakan seni dan proses pengambilan gambar melalui cahaya pada film atau permukaan yang dipekakan. Artinya, fotografi adalah teknik melukis dengan cahaya (KBBI edisi ke tiga, 2002). Dalam hal ini, tampak adanya persamaan fotografi dan seni lukis. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan oleh kedua teknik tersebut. Seni lukis menggunakan kuas, cat, dan kanvas, sedangkan fotografi menggunakan cahaya (melalui kamera) untuk menghasilkan suatu karya. Giwanda dalam bukunya *Panduan Praktis Belajar Fotografi*, menyebutkan :

> Tanpa adanya cahaya, karya seni fotografi tidak akan tercipta. Selain cahaya, film yang diletakkan di dalam kamera yang kedap cahaya memberikan kontribusi yang cukup besar. Sebuah karya seni akan tercipta jika film ini terekspos oleh cahaya (Giwanda, 2001:2).

Dalam salah satu unsur yang membedakan ruang lingkup fotografi, yaitu *documentary-illustrative photography*, yang banyak hubungannya dengan komunikasi, dikenal juga seni memotret dalam cara penyampaian atau penyajian informasi, sehingga selain faktual, sisi artistiknya harus dipikirkan terlebih dahulu sebelum memotret. Sehingga tidak salah jika fotografi erat kaitannya dengan seni.

2.3.1. Teknik Fotografi

Komposisi adalah susunan objek foto secara keseluruhan pada bidang gambar agar objek menjadi pusat perhatian (POI=*Point of Interest*). Dengan mengatur komposisi foto kita juga dapat dan akan membangun "*mood*" suatu foto dan keseimbangan keseluruhan objek.

Berbicara komposisi maka akan selalu terkait dengan kepekaan dan "rasa" (*sense*). Untuk itu sangat diperlukan upaya untuk melatih kepekaan kita agar dapat memotret dengan komposisi yang baik.

Menurut Feri Thomas dalam artikelnya teknik fotografi*; Komposisi didalam Nature Fotografi,* ada beberapa cara yang dapat dipakai untuk menghasilkan komposisi yang baik, diantaranya:

1. **Sepertiga Bagian (*Rule of Thirds*)**

   Pada aturan umum fotografi, bidang foto sebenarnya dibagi menjadi 9 bagian yang sama. Sepertiga bagian adalah teknik dimana kita menempatkan objek pada sepertiga bagian bidang foto. Hal ini sangat berbeda dengan yang umum lakukan, di mana kita selalu menempatkan objek di tengah-tengah bidang foto.

2. **Sudut Pemotretan (*Angle of View*)**

   Salah satu unsur yang membangun sebuah komposisi foto adalah sudut pengambilan objek. Sudut pengambilan objek ini sangat ditentukan oleh tujuan pemotretan. Maka dari itu, jika kita ingin mendapatkan satu momen dan mendapatkan hasil yang terbaik, kita jangan pernah takut untuk memotret dari berbagai sudut pandang. Mulailah dari yang standar (sejajar dengan objek), kemudian cobalah dengan berbagai sudut pandang dari atas, bawah, samping sampai kepada sudut yang ekstrim. Beberapa teknik sudut pengambilan sebuah foto, yaitu:

a. Pandangan sebatas mata (*eye level viewing*);

Paling umum, pemotretan sebatas mata pada posisi berdiri, hasilnya wajar/biasa, tidak menimbulkan efek-efek khusus yang terlihat menonjol kecuali efek-efek yang timbul oleh penggunaan lensa tertentu, seperti menggunakan lensa sudut lebar, mata ikan, tele, dan sebagainya karena umumnya kamera berada sejajar dengan subjek.

b. Pandangan burung (*bird eye viewing*);

Bidikan dari atas, efek yang tampak subjek terlihat rendah, pendek dan kecil. Kesannya seperti kecil/hina terhadap subjek. Manfaatnya seperti untuk menyajikan suatu lokasi atau *landscape*.

c. *Low angle camera*

Pemotretan dilakukan dari bawah. Efek yang timbul adalah distorsi perspektif yang secara teknis dapat menurunkan kualitas gambar, bagi yang kreatif hal ini dimanfaatkan untuk menimbulkan efek khusus. Kesan efek ini adalah menimbulkan sosok pribadi yang besar, tinggi, kokoh dan berwibawa, juga angkuh. Orang pendek akan terlihat sedikit normal. Menggambarkan bagaimana anak-anak memandang dunia orang dewasa. Termasuk juga dalam jenis ini pemotretan panggung, orang sedang berpidato di atas mimbar yang tinggi.

d. *Frog eye viewing*

Pandangan sebatas mata katak. Pada posisi ini kamera berada di bawah, hampir sejajar dengan tanah dan tidak diarahkan ke atas, tetapi mendatar dan dilakukan sambil tiarap. *Angle* ini digunakan pada foto peperangan, fauna dan flora.

e. *Waist level viewing*

Pemotretan sebatas pinggang. Arah lensa disesuaikan dengan arah mata (tanpa harus mengintip dari jendela pengamat). Sudut pengambilan seperti ini sering digunakan untuk foto-foto candid (diam-diam, tidak diketahui subjek foto), tapi pengambilan foto seperti ini adalah spekulatif.

f. *High handheld position*

Pemotretan dengan cara mengangkat kamera tinggi-tinggi dengan kedua tangan dan tanpa membidik. Ada juga unsur

spekulatifnya, tapi ada kiatnya yaitu dengan menggunakan lensa sudut lebar (16 mm sampai 35 mm) dengan memposisikan gelang fokus pada tak terhingga (mentok) dan kemudian memutarnya balik sedikit saja. Pemotretan seperti sering dilakukan untuk memotret tempat keramaian untuk menembus kerumunan.

3. **Komposisi pola garis Diagonal, Horizontal, Vertikal, Curve**.

   Di dalam pemotretan *Nature*, pola garis juga menjadi salah satu unsur yang dapat memperkuat objek foto. Pola garis ini dibangun dari perpaduan elemen-elemen lain yang ada didalam suatu foto. Misalnya pohon,ranting, daun, garis cakrawala, gunung, jalan, garis atap rumah dan lain-lain..

   Elemen-elemen yang membentuk pola garis ini sebaiknya diletakkan di sepertiga bagian bidang foto. Pola Garis ini dapat membuat komposisi foto menjadi lebih seimbang dinamis dan tidak kaku.

4. ***Background*** **(BG) dan** ***Foreground*** **(FG)**

   Latar belakang dan latar depan adalah benda-benda yang berada di belakang atau di depan objek inti dari suatu foto. Idealnya, BG dan FG ini merupakan pendukung untuk memperkuat kesan dan fokus perhatian mata kepada objek.

   Selain itu juga "*mood*" suatu foto juga ditentukan dari unsur-unsur yang ada pada BG atau FG. BG dan FG, seharusnya tidak lebih dominan (terlalu mencolok) daripada objek intinya. Salah satu caranya adalah dengan mengaburkan (*Blur*) BG dan FG melalui pengaturan diafragma (http://www.hinamagazine.com/index.php/2006/11/02/dasar-dasar-fotografi/teknik-fotografi/)

Hal lain yang dapat menunjang komposisi dan dapat membangun *Point of interest* yaitu oleh pemilihan warna, dalam hal ini warna-warna primer seperti merah dan biru, yang dapat langsung menarik perhatian mata kita agar terfokus pada gambar.

2.4. Tinjauan Tentang Surat Kabar

2.4.1. Surat kabar sebagai salah satu jenis media massa

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta penekanan isinya.

Kebanyakan surat kabar mengandalkan hidupnya dari iklan, bahkan kenaikan harga kertas Koran sebagai bahan baku utama surat kabar sering kali tidak mengakibatkan kenaikan harga jual surat kabar per eksemplar secara proporsional. Kehadiran iklan dalam media cetak dengan kata lain telah mampu mensubsidi harga eceran surat kabar.

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 faktor seperti :

1. Jangkauan distribusi surat kabar tidak dibatasi.
2. Jangkauan media lainnya, radio dan televisi dibatasi.
3. Harga satuan surat kabar murah dan dapat dibeli eceran. (Kasali, 1995 : 100)

2.4.2. Pengertian Surat Kabar

Pada awalnya surat kabar sering kali diidentikan dengan pers namun karena pengertian pers sudah semakin luas, dimana televisi 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 melipui media massa tercetak saja, salah satunya adalah surat kabar. Menurut Kurniawan Junaidi yang dimaksud 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 pemberitaanya harus bersangkut-paut dengan manusia dari berbagai golongan dan kalangan". (Junaidi, 1991 : 105)

Definisi surat kabar menurut George Fox Mott dikutip oleh Junaidi 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 pada 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)

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta penekanan isinya. Sementara pengertian surat kabar menurut Onong Uchjana Effendy adalah :

"Lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodic, bersifat umum, isinya termasa/actual, mengenal apa saja di seluruh dunia yang mengandung nilai-nilai untuk diketahui khalayak pembaca". (Effendy, 1993 : 241)

2.4.3. Ciri-ciri Surat Kabar

Pada umumnya kalau kita berbicara mengenai surat kabar sebagai salah satu jenis media cetak, maka kita pun harus mengetahui ciri-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 terbitnya surat kabar, bisa satu kali sehari, bisa dua 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 ciri surat kabar dapat dikatakan empat syarat yang harus dipenuhi surat kabar. Penelitian yang tidak mempunyai salah satu ciri saja dari keempat ciri tersebut, bukanlah surat kabar.

2.4.4. Fungsi 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 kabar 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 berbagai hal mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau

pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang 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 mengimbangi 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, tidak jarang juga berita mengandung minat insani (Human Interest) dan kadang-kadang tajuk rencana.

d. Mempengaruhi

> Mempengaruhi adalah fungsinya yang keempat yakni fungsi mempengaruhi yang 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 perniagaan 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 “berbagai penelitian mengungkapkan orang mambaca 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”. (Oetomo, 1986 : 47)

Arti pentingnya surat kabar terletak pada fungsi utamanya dalam melengkapi berita bagi para 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 dialami di negara-negara lain.

b. Pers dapat memusatkan perhatian khalayak dengan pesan-pesan yang ditulisnya. Dalam masyarakat modern gambaran kita tentang lingkungan yang jauh diperoleh dari pers dan media massa lainnya, masyarakat menilai 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 masyarakatlewat 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.

2.5. Jurnalistik Foto

2.5.1. Definisi dan Karakter Jurnalistik Foto

Jurnalistik foto adalah pengetahuan jurnalistik yang objeknya foto atau kegiatan mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan foto, yang mengandung nilai berita melalui media massa. Jurnalistik foto merupakan sebagian dari ilmu jurnalistik (komunikasi). Jurnalistik foto adalah "ilmunya", sedangkan foto jurnalistik adalah "hasilnya". Foto jurnalistik adalah karya foto "biasa" tetapi memilki nilai berita atau pesan yang "layak" untuk diketahui orang banyak dan disebarluaskan lewat media massa.

Jadi, selain fotonya, foto jurnalistik juga harus didukung dengan kata-kata yang terangkum dalam kalimat yang disebut dengan teks foto / caption foto, dengan tujuan untuk menjelaskan gambar dan mengungkapkan pesan atau berita yang akan disampaikan ke publik. Jika tanpa teks foto maka sebuah foto hanyalah gambar yang bisa dilihat tanpa bisa diketahui apa informasi dibaliknya

Foto dapat menggambarkan realitas secara objektif sehingga media massa membuatnya mencolok untuk disajikan dalam bentuk gambar. Foto jurnalistik, menurut Guru Besar Universitas Missouri, AS, Cliff Edom, adalah paduan kata *words* dan *pictures*. Sementara meurut editor majalah *LIFE*, William Hicks adalah kombinasi dari kata dan gambar yang

menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya.

Ada delapan karakter foto jurnalistik yang menurut Frank P. Hoy, dari Sekolah Jurnalistik dan Telekomunikasi Walter Cronkite, Unversitas Arizona, dalam bukunya yang berjudul *Photojournalism The Visual Approach* (Hoy, dalam Alwi, 2004: 4), adalah sebagai berikut :

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*Comunication Photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.
2. Medium foto jurnalistik adalah media cetak koran atau majalah, dan media kabel atau satelit juga internet seperti kantor berita (*wire service*).
3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
4. Foto jurnalistik adalah paduan dari foto dan teks foto.
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia. Manusia adalah subjek, sekaligus pembaca foto jurnalistik.
6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audience*). Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.
7. Foto jurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto.
8. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak memenuhi kebutuhan informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers (*freedom of speech dan freedom of press*). (Alwi, 2004: 4)

Berita tulis dan berita foto mempunyai pijakan masing-masing dan saling melengkapi. Berita tulis memberikan deskripsi verbal sementara memberikan deskripsi visual. Sebagai gambaran, untuk menceritakan besarnya dalam bentuk angka-angka, jelas berita tulis lebih tepat untuk

dipakai. Tetapi untuk memberitakan seperti apa indahnya sebuah tempat atau secantik apa wajah seorang bintang sinetron, jelas foto yang lebih bisa “berbicara” daripada tulisan.

Walau begitu, foto jurnalistik dan jurnalistik foto usianya lebih muda daripada jurnalistik tulis. Huruf sudah dikenal manusia ribuan tahun yang lalu sementara usia fotografi sendiri belum sampai 200 tahun. Di awal abad belasan, di Inggris sudah dikenal surat kabar. Tapi fotografi baru masuk surat kabar akhir abad 19.

Persoalan mengapa foto jurnalistik tertinggal dari jurnalistik tulis semata karena masalah tekhnologi. Setelah fotografi ditemukan pada awal abad 19, tekhnologi cetak belum bisa membawa foto ke koran. Yang terjadi adalah foto sebuah kejadian dijadikan berita dengan cara gambar ulang ke sketsa. Sketsa inilah yang lalu dibawa ke mesin cetak. Surat kabar pertama yang memuat gambar sebagai berita adalah *The Daily Graphic* pada 16 April 1877. Gambar berita pertama itu tentang sebuah peristiwa kebakaran.

Sejalan dengan kemajuan tekhnologi cetak, akhirnya foto pun bisa ditransfer ke media cetak masal. Foto pertama di surat kabar adalah foto tambang pengeboran minyak *Shantytown* yang muncul di surat kabar *New York Daily Graphic* di Amerika Serikat pada tangggal 4 Maret 1880. Foto itu adalah karya Henry J. Newton.

Demikianlah, foto jurnalistik masih seumur jagung dalam dunia jurnalistik secara umum. Namun perkembangannya sangatlah cepat bahkan kini sudah memasuki era fotografi digital. Dengan fotografi digital, begitu tombol rana selesai ditekan selesailah foto. Seorang fotojurnalis bias mengirim fotonya lewat telepon genggam yang dibawanya ke medan perang.

Percepatan pemakain fotografi sebagai elemen berita dipicu, besar-besaran oleh terbitnya majalah *LIFE* di Amerika Serikat sekitar tahun 1930-an. Dunia jurnalistik bisa dikatakan berhutang besar kepada Wilson Hick yang menjadi redaktur foto majalah itu selama 2 tahun lamanya. Hick adalah orang yang dianggap sebagai perintis kemajuan foto jurnalistik di dunia ini.

Wilson Hick memang tidak pernah memotret tapi lewat ketajaman intuisinya dan kepemimpinan lahirlah fotografer-fotografer terkenal dunia, seperti Elliot Ellisofon, Edward Steichen, Robert Capa, dan beberapa lagi. Dari Hick pulalah lahir dasar-dasar foto jurnalistik.

Apa itu foto jurnalistik? Wilson Hick, fotografer majalah *LIFE* di Amerika Serikat, mejawab dengan teorinya yang terkenal, “foto jurnalistik adalah gambar dan kata”. “Kata” dalam foto jurnalistik adalah teks yang menyertai sebuah foto. Kalau berita tulis dituntu untuk memenuhi kaidah 5W+1H, demikian pula foto jurnalistik. Karena ke enam elemen itu ada

dalam satu gambar sekaligus, teks foto diperlukan untuk melengkapinya. Seringkali, tanpa teks foto, sebuah foto jurnalistik menjadi tidak berguna sama sekali.

Sekali lagi, penggabungan dua media komunikasi visual dan verbal inilah yang disebut sebagai foto jurnalistik. Suatu ketika kita membaca surat kabar, yang pertama kita lakukan adalah melihat foto yang menarik, membaca teksnya, dan melihat kembali fotonya.

Pada hakikatnya, foto itu mempunyai kelebihan dibandingkan media oral. Selain mudah diingat, foto juga memiliki efek lain yang timbul jika kita melihatnya. Foto bisa menimbulkan "efek bayangan" yang lain tergantung siapa, pekerjaan, pengalaman, pendidikan, dan pengetahuan orang yang melihatnya. Menurut Sukatendel, dalam Pratikto (1987:157), kita dapat mengutarakan pesan dengan baik lewat media ini, karena dianggap foto "tak bisa berbohong".

Perasaan yang ditimbulkan oleh suatu foto dapat bermacam-macam menurut emosional seseorang, ada yang bersikap acuh, rasa marah, berang, rasa terancam oleh berita kejahatan yang keji, rasa iba, sayang, rasa resah, rasa terhibur, rasa senang, rasa skeptis (kurang percaya). Keterlibatan emosional ini adalah salah satu dasar untuk diketahui dan diperhatikan oleh setiap redaksi koran, majalah dan suatu bahan, untuk dimanfaatkan dalam melakukan promosi atau iklan. Begitu pula dengan

foto jurnalistik, pertama kali melihat orang tersebut langsung tahu apa yang terjadi atau mengetahui kejadian yang ditampilkan foto tersebut..

2.5.2. Definisi Foto Berita

Sebuah foto harus mudah diingat dan punya kesan mendalam, sehingga pertama kali melihat orang tersebut langsung tahu apa yang terjadi atau mengetahui kejadian yang ditampilkan foto tersebut. Seperti yg dikutip dalam artikel *Suara Pembaruan Daily* oleh Bambang Parlupi, bahwa :

> Foto berita yang baik adalah gambaran suatu peristiwa yang mampu mengekspresikan suasana kejadian yang sebenarnya. Kesan dan misi dalam tampilan foto tersebut harus bisa mengungkapkan peristiwa dengan jelas dan nyata. Sehingga dapat menggugah hati setiap orang yang menatapnya. (http://www.suarapembaruan.com/News/2005/07/31/Fotograf/foto01.htm)

Foto berita harus menarik, berbeda dari yang lain, aktual, informatif dan lain sebagainya. Hanya dengan melihat seketika, pembaca dibuat penarasan dan bertanya-tanya, apa sebenarnya yang ada di foto itu, apa yang sedang dilakukan, dimana terjadinya peristiwa itu, siapa orang itu. Setidaknya itu yang ada dibenak pembaca saat pertama kali melihat satu foto berita. Jika tidak muncul perasaan tersebut, berarti gambar yang terpampang tidak memenuhi kriteria sebuah foto berita. Sebab, foto yang baik adalah foto yang menarik dan lain daripada yang lain, jika kita

membuat sebuah foto yang sama dengan yang orang lain buat, atau tidak ada perbedaannya baik itu dalam segi *angle* maupun ukuran lensa, maka foto itu dianggap tidak menarik karena sudah ’biasa’.

2.5.3. Sifat-Sifat Foto Berita

Berdasarkan atas sifat-sifatnya sebagai foto, maka foto mempunyai watak sebagai berikut :

1. Dia dapat dibuat dengan mudah dan cepat, jika teknik pemotretannya sudah dikuasai oleh wartawannya.
2. Dia mempunyai daya perekam, yang akurat dan tidak mungkin bohong dalam penguraian detil (selama foto itu tidak diganggu). Untuk itu wartawannya tidak usah bersandar pada ingat, atau mencatat denagn teliti.
3. Untuk kejadian-kejadian fisik (dapat dilihat) foto mempunyai keunggulan dalam hal jelasnya menguraikan berita daripada tulisan.
4. Gambar tidak memerlukan penterjemahan di dalam pemberitaan lintas Negara, sedangkan berita yang ditulis perlu diterjemahkan.
5. Foto lebih kompak daripada berita tulis untuk menjelaskan secara essensi dari suatu berita, sebuah gambar nilainya sama dengan seribu kata.
6. Dampak sebuah foto berita lebih besar daripada berita tulis, karena respons perasaan manusia, lewat panca indera penglihatan lebih besar, lebih cepat dan mengenai langsung pikiran dan perasaan daripada membaca, yang harus melewati persepsi intelektuil, untuk mencapai pengertian, baru ke perasaan. (Rusmana, 1981:120).

Kelahiran foto berita tak dapat dipisahkan oleh rasa keingintahuan manusia. Apalagi salah satu keunggulan foto, yaitu foto dianggap “tak bisa

berbohong" dan dapat menangkap setiap detil penyajian membuat perkembangannya begitu cepat.

Sebuah foto juga lebih gampang "dibaca" dibandingkan berita tulis. Sebab, untuk memahami berita, dibutuhkan kemampuan intelektual. Sedangkan foto dapat langsung dipahami karena melibatkan unsur panca indera yang lansung melekat di pikiran dan perasaan pembaca.

Dorongan kemajuan teknologi, semakin membuat foto berita di satu sisi mengalahkan berita tulis. Sebuah gambar dapat mencerminkan beribu kata. Bahkan tak jarang sebuah foto menjadi "*headline*" mengalahkan beritia tulis.

2.5.4. Jenis Foto Berita

A.E. Loosley dalam bukunya, *The Bussiness of Photojournalism*, membagi foto ke dalam tiga jenis :

1. *Hard News* : yang merupakan berita-berita utama yang sangat penting dan aktual.
2. *Soft News* : berita yang tidak begitu penting, tetapi baik juga untuk disiarkan.
3. *Filter News* : sebagai selingan atau pengisi saja. Kalau seandainya ruangan tak memungkinkan, maka dapat juga tidak akan dimuat (Sukatendel, dalam Pratikto, 1987:157-158).

Jadi, dapat dikatakan pembagian ini berdasarkan penting atau tidak pentingnya suatu berita dimuat. Pembagian lain dapat ditinjau dari cara penyajiannya :

1. *Spot News* : foto tunggal yang meliputi kebakaran, banjir, kecelakaan, dll.
2. *Photo Essay* : suatu rangkaian foto yang menggambarkan sesuatu yang agak mendalam. Sering juga disebut sebagai *picture story* (ada juga yang membedakannya)
3. *Photo Sequence* : suatu rangkaian foto juga, namun dapat dikatakan mendalam. Jadi, hanya suatu peristiwa singkat dengan beberapa foto.
4. *Feature Photograph* : menyangkut kehidipan sehari-hari, namun mengandung *human interest*. (Sukatendel, dalam Pratikto, 1987:157-158).

Dalam penelitian ini, foto berita termasuk dalam *hard news,* karena selain kejadian atau peristiwa yang ditampilkan bersifat aktual, foto yang dimuat pun berada pada halaman utama surat kabar.

2.5.5. Syarat Foto Berita

Prof. Bernd. Heydemann, anggota persatuan Jerman untuk fotografi (*Deutsche Gesellscahft fur Photographie*) telah mengemukakan 6 (enam) syarat bagi foto berita yang dungkapkan pertama kali dalam Kongres D.G.Ph di Munchen.

1. Foto Berita harus mampu menonjolkan diri, melawan membanjirinya informasi berita (prinsip persaingan). Tidak dikatakan dengan cara yang bagaimana, apakah mencari yang

sensasionil, yang menyentuh hai manusia atau dengan cara penyajian yang tidak konvensionil.

2. Foto berita harus disusun sedemikian rupa, hingga dia mudah diterima oleh pengaruh, tanpa kesukaran mengenalnya. Prinsip berkesan pada panca 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 mennyampaikan ulangan-ulangan dari gaya pemberitaan, untuk mencegah efek dari immunisasi. (prinsip pembaruan terus, untuk menghindarkan kebosanan 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 (“echt”) karena bila terjadi pemalsuan atau penipuan, dalam jangka panjang akan atas dasar pengalaman yang negative. Prinsip *Glaubwurdigkeit Credibility* sama dengan dapat dipercaya dan diandalkan (Soelarko, 1985:71).

Sementara Richard H. Logan III dalam bukunya, *Elements of Photo Reporting*, menyebut tiga syarat untuk menghasilkan foto berita yang baik:

1. *Have impact*
2. *Singleness of purpose*
3. *Universal appeal* (Pratikto, 1987:158)

Secara umum sebuah foto berita yang baik harus memiliki pendekatan universal. Sehingga pembaca yang datang dari latar belakang geografis dan pendidikan yang beragam, memiliki pengertian yang sama akanmakna foto yang disajikan (*singleness of purpose*). Untuk mencapai itu, perlu

kejelian fotografer dalam merekam setiap aksi yang memiliki kekayaan detail gambar. Jika tidak, foto berita itu akan sulit dipersepsi dengan panca indera, apalagi menyentuh perasaan pembacanya. Sebuah foto berita juga dapat menjadi "penyejuk" di tengah kebosanan pembaca menekuni padatnya kalimat-kalimat beriita tulis.

2.5.6. *Caption* atau *Cutline*

Dengan adanya asumsi bahwa foto merupakan bahasa universal, foto tidak memerlukan *caption* karena orang pasti mengerti. Hal itu benar kalau subjeknya bersifat universal. Tetapi, karena keterbatasan budaya, tempat, waktu, dan lain-lain, tidak secara optimis semua orang tahu. Bila sebuah foto memuat gambar seorang Presiden Cili, misalnya, mungkin kita tidak akan tahu karena kita tidak mengenalnya kalau hal itu tidak disebutkan dalam *caption*. Namun, sewajarnyalah caption itu sesedikit mungkin hingga mencerminkan lengkapnya bahasa fotografi yang kita gunakan.

Adapun syarat *caption* yang baik adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan *action word* yang baik
2. Merupakan satu kesatuan dengan foto
3. Tipografinya berbeda dengan *body teks*
4. Di dalamnya juga tercantum *credit line*
5. Singkat. (Sukatendel, dalam Pratikto, 1987:159)

2.5.7. Nilai Foto Berita

Baik sebagai editor maupun pembaca, tentu kita mengadakan penilaian tentang foto. Nilai dapat dilakukan dari dua sudut :

1. Isi
   a. Kebenarannya
      Apakah foto benar-benar mencerminkan kenyataan, benar-benar terjadi dan tidak staged. Ketidak benaran foto sering terjadi karena :
      - dilakukan trik atau manipulasi
      - salah caption atau sengaja foto “ditukarkan”
      - peretusan (retouching)
      - mengupah orang-orang tertentu untuk dipotret
   b. Nilai beritanya (news berita)
      Dapat dilihat dari objek yang dipotret, momentum, aktualitas.
   c. Cara pengutaraan menurut bahasa fotografi
2. Teknis
   a. Pemotretan, pencucian/pengembangan dan pencetakan (tajam/tidaknya)
   b. Presentasinya dalam surat kabar atau majalah (melibatkan proses reproduksi dan pencetakan). (Sukatendel, dalam Pratikto, 1987:159)

Hal tersebut dilakukan agar keaslian foto jurnalistik terjaga, dan selain kedua hal di atas, ada juga cara nilai foto jurnalsitik menurut syarat lomba foto Kelompok Kerja PWI bidang foto jurnalistik dalam yaitu kehangatan/aktual, faktual, informasi, misi, kedekatan, dan atraktif.

2.5.8. Foto Berita dalam Surat Kabar

Fungsi foto dalam surat kabar bukan hanya sebagai ilustrasi sebuah berita. Namun, penyajian foto dalam surat kabar telah membuat pemberitaan menjadi lebih lengkap, akurat dan menarik, karena foto digunakan untuk menyalurkan ide, berkomunikasi dengan masyarakat, memengaruhi orang lain, hingga menghadirkan kenangan lama.

Foto dalam media massa tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap pesan yang ingin disampaikan komunikator, tapi ia merupakan pesan itu sendiri. Sebuah foto yang disajikan dalam surat kabar (media massa cetak) tidak lepas dari tujuan jurnalistik, yaitu menyebarkan berita seluas-luasnya.

Sejak fotografi ditemukan tahun 1839, dalam perkembangannya kini, telah jauh meninggalkan generasi awalnya. Teknologi digital yang saat ini sudah mulai masuk pada berbagai sendi-sendi kehidupan manusia, turut membawa fotografi ke era digitalisasi.

Kehadiran piranti teknologi fotografi berteknologi tinggi tentunya berpengaruh pada *output-nya*. Karya foto yang dihasilkan dapat dibuat atau dirubah sedemikian rupa sesuai kehendak pemotretnya. Dengan kekuatan visualisasi yang otentik, sebuah foto akan sangat representatif dipakai sebagai perpajangan dari tujuan kegiatan jurnalistik.

Foto dapat menggambarkan realitas secara objektif sehingga media massa membuatnya mencolok untuk disajikan dalam bentuk gambar. Fotografi yang digunakan dalam media massa cetak, dipakai secara bebas dan terpisah dari naskah atau dapat pula dimaksudkan untuk menyertai berita. Foto jurnalistik juga dapat dipisahkan dengan menyediakan halaman khusus dan biasanya disertai uraian atau *caption* berita. Uraian ini berupa kata-kata mengenai peristiwa yang terjadi di dalam foto. Dengan kata lain foto tidak hanya dijadikan sebagai pelengkap berita, namun foto itu berdiri sendiri dengan kata lain foto adalah berita itu sendiri.