BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Dalam buku karangan Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, dikatakan bahwa, “Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik).”(2007:4)

Dalam Pengantar Ilmu Komunikasi karya Cangara dijelaskan definisi dari Komunikasi Massa adalah sebagai berikut:

> Proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada masyarakat atau khalayak yang sifatnya sosial melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film. (1998:36)

Sedangkan dalam buku Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat karya Widjaja, Komunikasi Massa di definisikan : “Komunikasi yang ditujukan kepada massa.” (1993 : 19)

Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek karangan Effendi komunikasi massa memiliki pengertian yaitu : “Komunikasi yang menggunakan media massa.” (1984 : 20)

Dari beberapa pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikasn untuk mencapai tujuan tertentu. Media dalam komunikasi massa terdiri dari media elektronik yakni *televisi* dan radio, lalu media cetak yakni, surat kabar, majalah dan tabloid. Media dalam komunikasi massa harus di tekankan karena banyak media yang bukan media massa yakni di antaranya media tradisional sperti kentongan, angklung,gamelan, dan lain-lain.

Massa dalam komunikasi massa lebih menunjuk pada penerimaan pesan yang berkaitan dengan media massa. Massa disini menunjuk pada khalayak, penonton, pemirsa, atau pembaca.

2.1.1 Ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai beberapa ciri khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Masih mengutip dari karya Cangara yang menjelaskan beberapa ciri-ciri Komunikasi Massa yaitu :

1. Sumber dan penerima di hubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanin. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.
2. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan

perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik sperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bis dilakukan dengan cepat kepada penyiar.

3. Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasai jarak dan waktu, serta tahan lama bila di dokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relative banyak untuk mengelolanya. (1998 : 36)

Selain itu komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh Effendi di buku Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek, yaitu :

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah. Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penontonnya tentang pesan yang ia sampaikan.

2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga. Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga.

4. Pesan bersifat umum. Pesan ini bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum.

5. Media komunikasi massa menimbuklakan keserempakan. Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.

6. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikan dari komunikasi massa bersifat heterogen yaknitidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status social, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku,budaya dan lain-lain.(1984:35)

2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa akan terus menerus berperan penting dalam kehidupan kita. Komunikasi massa menjadi mata dan telinga bagi masyarakat luas pada umumnya dan komunikasi massa menjadi sarana pengambil keputusan serta membentuk opini yang bisa digunakan untuk mengembangkan nilai-nilai dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu komunikasi massa memiliki fungsi selain fungsi umum yang sudah kita ketahui.

Cangara dalam bukunya, Pengantar Ilmu Komunikasi mengutip dari pakar komunikasi Goran Hedebro, menjelaskan tentang 12 fungsi Komunikasi Massa, yakni :

1. Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku kea rah modernisasi.
2. Mengajarkan penampilan baru.
3. Berperan sebagai pelipat ganda ilmu pengetahuan.
4. Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang.
5. Meningkatkan aspirasi seseorang.
6. Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut orang banyak.
7. Membantu orang menemukan nilai baru dan keharmonisan dari suatu situasi tertentu.
8. Mempertinggi rasa kebangsaan.
9. Meningkatkan aktivitas politik seseorang.
10. Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat.
11. Menjadi sarana untuk membantu pelaksanaan program-program pembangunan.
12. Mendukung pembangunan ekonomi, social, dan politik suatu bangsa. (1998:63)

> Manfaat yang begitu besar dari komunikasi massa harusnya patut kita syukuri dengan memanfaatkan serta mengembangkan komunikasi massa tersebut sebaik mungkin, agar dengan komunikasi massa ini interaksi antar masyarakat satu bangsa bisa terjalin dengan baik sesuai dengan tujuan dari komunikasi massa sendiri.

2.2. Media Cetak

Media cetak atau yang lebih umum di kenal adalah surat kabar atau Koran, majalah, bulletin dll. Surat kabar berisi hal-hal yang menyangkut informasi yang penting. Surat kabar ada yang terbit setiap harinya atau harian, mingguan, 2 minggu sekali atau 1 bulan sekali. Surat kabar adalah medium massa utama bagi orang untuk memperoleh berita. Surat kabar mengandung isi yang sangat penting diantaranya, berita, saran, komik, opini, dan data.

> Menurut Gunadi dalam Himpunan Istilah Komunikasi, surat kabar adalah: “Bentuk cetakan yang terbit yang memuat serba-serbi pemberitaan meliputi bidang-bidang politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan dan keamanan. “ (1998: 112)

Umumnya surat kabar memang berisikan oleh berita. Setiap harinya kita disajikan berita-berita yang terbaru di dalam suratkabar. Surat kabar menginformasikan pesan, pendapat atau opini yang lengkap terhadap masyarakat. Melalui informasi dan artikel-artikel yang ada didalamnya suratkabar adalah termasuk alat mendidik masyarakat yang membacanya.

2.2.1. Fungsi Surat Kabar

Beberapa fungsi surat kabar yang ada menurut Denis McQuail yang di kutip dari buku Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, yakni :

1. Sebagai jendela pengalaman yang meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain, atau sikap memihak.
2. Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa yang terpiash dan kurang jelas.
3. Pembawa atau pengantar informasi.
4. Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik.
5. Papan penunjuk jalan yang secara aktif menunjukan arah, memberikan bimbingan dan instruksi.
6. Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu di beri perhatian secara khusus dan menyisihkan aspek lainnya, baik secara sadar dan sistematis atau tidak.
7. Cermin yang memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri, biasanya pantulan citra itu mengalami distorsi karena ada penonjolan terhadap segi yang ingin di tonjolkan oleh para anggota masyarakat, atau seringkali segi yang mereka ingin hakimi atau cela.
8. Tirai penutup dan menutupi kebenaran demi pencapaian tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan.(1987:

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi surat kabar bisa menimbulkan efek negative yang besar dari manfaatnya yang juga sangat besar bagi system perkembangan informasi bangsa kita.

2.2.2. Sifat Surat Kabar

Dalam Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek, karya Effendi, mengatakan bahwa surat kabar memiliki beberapa sifat sebagai media pers, yakni :

1. Terekam. Ini berarti bahwa berita-berita yang disiarkan oleh surat kabar tersusun dalam alinea, kalimat, dan kata-kata yang terdiri atas huruf-huruf yang dicetak pada kertas. Dengan demikian, setiap peristiwa atau hal yang di beritakan, terekam sedemikian rupa sehingga dapat dibaca setiap saat dan dapat dikaji ulang, bisa dijadikan dokumentasi.

2. Menimbulkan perangkat mental secara aktif. Karena berita surat kabar yang di dokumentasikan kepada khalayak menggunakan bahasa dengan huruf tercetak, “mati” di atas kertas, maka untuk dapat mengerti maknanya, pembaca harus menggunakan perangkat mentalnya secara aktif. Oleh karena itu, wartawan menyusunnya harus menggunakan bahasa yang umum dan lazim sehingga mudah mencernakannya.(2000:155-156)

Dari kedua sifat surat kabar ini bisa kita simpulkan bahwa apa yang di sajikan oleh suratkabar sanggat mempengaruhi pembaca karena selain sifatnya yang bisa di dokumentasikan juga dikarenakan surat kabar membuat pembaca menggunakan nalar serata daya pikirnya dalam mencerna setiap informasi yang di bacanya di surat kabar.

2.3. Foto *Headline*

Sebuah foto *headline* harus mudah diingat dan punya kesan mendalam sehingga pertama kali melihat orang tersebut langsung tahu apa yang terjadi dan mengetahui kejadian yang ditampilkan foto tersebut.

Foto *headline* harus menarik berbeda dari yang lain, actual, informative dan lain sebagainya. Hanya dengan seketika, pembaca dibuat penasaran dan bertanya-tanya apa sebenarnya yang ada di foto itu, apa yang dilakukan, dimana terjadinya peristiwa itu dan siapa orang yang ada di foto itu. Setidaknya itu yang ada dibenak pembaca saat pertama kali melihat foto *headline.* Jika tidak muncul rasa seperti itu, maka fambar yang tepampang di *headline* tidak memenuhi criteria sebuah foto. Sebab, foto yang baik adalah foto yang menarik. Apabila kita membuat foto yang sama dengan yang lain maka foto tersebut akan terlihat biasa saja dan dianggap tidak menarik.

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

Berdasarkan isinya *headline* dapat dikelompokkan ke dalam 2 kategori yaitu langsung dan tidak langsung. *Headline* langsung bersifat informatif dan terus terang. *Headline* seperti ini cenderung menggunakan daya tarik rasional. Daya tarik rasional membangkitkan kepentingan–diri *audience*. Daya tarik rasional menunjukkan bahwa produk tersebut akan menghasilkan manfaat yang dikatakan. Contohnya adalah *headline* yang menunjukkan kualitas, nilai ekonomis, manfaat, atau kinerja suatu produk. Ditinjau dari segi demografis dan psikografis, tampaknya *audience* pada kebudayaan industrial paling respontif terhadap *headline* ini.

Headline tidak langsung tidak seselektif *headline* langsung dalam memberi informasi. *Headline* jenis ini cenderung menggunakan daya tarik emosional. Daya tarik emosional mencoba membangkitkan emosi positif atau negatif yang akan memotivasi pembelian. Dalam hal ini *headline* memiliki asosiasi yang unik bagi *audience* yang secara emosional mampu mendorong munculnya suatu *image* yang baik mengenai produk yang diiklankan. Hal itu dapat dicapai dengan menggunakan daya tarik negatif seperti rasa takut, rasa bersalah, dan malu agar orang berhenti melakukan hal yang seharusnya tidak mereka lakukan. Selain itu, juga dapat digunakan daya tarik emosional yang positif seperti humor, cinta, kebanggaan, dan kebahagiaan.[1]

2.4 Pengertian Jurnalistik

Istilah “jurnalistik” berasal dari kata “journalistiek” salam bahasa belanda atau “journalism” dalam bahasa inggris. Keduanya bersumber dari bahasa latin “diurnal” yang berarti harian atau setiap hari. Didalam buku Jurnalistik Baru karya Tebba, Jurnalistik berarti : “Kegiatan mengumpulkan bahan berita, mengolahnya sampai menyebarluaskannya kepada khalayak.” (2005 : 9)

Diterangkan dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia jurnalistik berarti Kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis surat kabar, majalah, atau

[1] http://puslit.petra.ac.id/journals/design (Rabu, 30 November 2011, 20.15)

berkala lainnya. Dari definisi Jurnalistik di atas dapat di jelakan bahwa jurnalistik adalah pekerjaan yang berhubungan erat dengan informasi.

Pengertian jurnalistik lainnya datang dari buku karangan Sumadiria, Jurnalistik Indonesia, yakni “Kegiatan yang menungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya.”(2005:2)

Sumadiria, Jurnalistik Indonesia mengatakan bahwa junalistik memiliki definisi yaitu:

> Secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, menolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dan secepat-cepatnya. (2005:3)

Jurnalistik sangat berkaitan erat dengan media, itu dikarenakan media adalah alat penyebarluasaan hasil dari poreses jurnalistik itu sendiri.

2.4.1 Bentuk Jurnalistik

Berhubungan dengan erat dengan media massa membuat jurnalistik memiliki bebrapa bentuk. Seperti yang ada dalam buku Sumadiria, Jurnalistik Indonesia, jurnalistik dibagi menjadi tiga bagian besar : “Jurnalistik media cetak, jurnalistik media elektronik, dan jurnalistik media audio visual.” (2005:4)

1. Jurnalistik Media Cetak

   Memiliki 2 faktor yakni factor verbal dan vaktor visual. Dimana dalam factor verbal kita patut menekankan pada pemlihan kata an di factor visual harus dapat menunjukan kemampuan kita dalam menata, menempatkan, medesain, tataletak dan hal lain yang menyangkut dalam segi perwajahan.

2. Jurnalistik Media Elektronik

   Jurnalistik ini biasa juga disebut dengan radio.radio sangat di pengaruhi oleh dimensi verbal, teknologikal dan fisikal.

3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual

   Jurnalistik *televisi* adalah nama lain dari jurnalistik ini. Jurnalistik ini adalah gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal.

2.4.2. 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)

2.4.3. Pengertian Fotografi

”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.

2.5. Pengertian Foto Jurnalistik

Jurnalistik identik dengan pers atau bidang kewartawanan, yaitu kegiatan mencari, mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan berita melalui media massa. Foto-foto berita menjadi bagian penting dari surat kabar sejak tahun 1920-an. Para penerbit semula tidak terlalu suka banyak mengurus soal fotografi, namun kini cara pikir tersebut berubah sesuai dengan kemajuan jaman dan kesuksesan tabloid. Tabloid adalah suatu bentuk wadah media informasi yang menjual berita dengan foto, dimana semakin sensasional fotonya semakin oplah penjualan tabloid meningkat. Jurnalistik foto adalah pengetahuan jurnalistik yang obyeknya foto atau kegiatan mencari, mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan foto yang mengandung nilai berita melalui media massa. Jadi dalam setiap foto jurnalistik memanglah harus mengandung niali berita yang penting diketahui oleh masyarakat luas.

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.

Menurut Cliff Edom (Guru Besar Missouri University, AS) yang di sampaikan oleh Audy Mirza Alwi dalam buku karangannya, Fotografi Jurnalistik, yakni Foto jurnalistik adalah paduan kata words dan pictures.(2004:4)

Foto jurnalistik berbeda dengan foto-foto keluarga, foto kenangan, foto proyek bangunan dan lain-lain, karna foto jurnalistik memiliki tujuan yanga berbeda dengan foto-foto tersebut. Foto jurnalistik bertujuan untuk di konsumsi media masa yang memiliki berita, disamping itu foto jurnalistik dapat pula bertujuan menghiasi halaman media masa agar tidak kaku dengan berisikan tulisan-tulisan saja.

Sedangkan menurut Wilson Hicks (Editor foto Majalah Life, 1937 – 1950) yang masih di sampaikan oleh Alwi dalam bukunya, Foto Jurnalistik, adalah: “Foto jurnalistik adalah kombinasi dari kata dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi ketika ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya.”(2004:4)

Foto jurnalistik yakni foto yang berkisah dengan sebuah gambar melaporkannya dengan sebuah kamera, merekamnya dalam waktu, yang seluruhnya berlangsung seketika saat suatu citra tersembut mengungkap sebuah cerita. Foto

jurnalistik adalah hal yang sangat terkait dengan berita yang patut dilaporkan dan diketahui orang banyak. Fotografi dengan segala sifatnya mampu merekam sesuatu secara tepat dan objektif, membuatnya sangat cocok untuk menyajikan peristiwa yang mengandung unsur berita.

Foto jurnalistik sangatlah penting dalam memperkuat nilai berita, hal ini di kuatkan oleh hasil wawancara peneliti dengan salah satu dari wartawan Surat Kabar Harian Pagi Radar Bandung yang mengatakan hal yang sama seperti diatas.

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 foto jurnalistik ini hanya sebagai foto pendukung sebuah penerbitan saja. Namun dalam perkembangannya foto jurnalistik 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.

2.5.1 Keunggulan Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik dalam media masa sangat diperlukan dan penting. Dikarenakan foto jurnalistik memiliki banyak unggulan. Yurnaldi (1992:92), yang dikutip oleh Ermanto, Menjadi Wartawan Handal Dan Profesional, mengungkapkan keunggulan-keunggulan tersebut:

1. Nilai sebuah foto sama dengan sebuahberita karena mengungkapkan semua aspek dari kenyataan dengan menyiratkan rumus 5w + 1h
2. Foto jurnalistik membuat segar halaman surat kabar dan menolong pembaca untuk melihat hal-hal yang menarik
3. Foto jurnalistik dapat memisahkan dua berita agar tidak monoton
4. Foto jurnalistik dapat dibuat dengan mudah, cepat, dan akurat
5. Foto jurnalistik dapat mengejar jangka waktu
6. Foto jurnalistik tidak memerlukan penerjemahan untuk pemberitaan lintas negara
7. Foto jurnalistik lebih kompak
8. Foto jurnalistik memiliki efek yang lebih besar kepada pembaca. (2005:154)

Foto jurnalistik dalam media masa terbgi manejadi dua kelompok besar. Yang pertama foto berita yakni foto yang tujuannya untuk menyampaikan pesan, informasi, kejadian, dan peristiwa. Foto berita bias muncul tanpa ada berita yang

tertulis, tetapi bias juga diikuti oleh berita yang tertulis. Kedua foto penulis artikel foto-foto ini bertujuan untuk membantu menjelaskan sebuah tulisan atau artikel.

Dari beberapa penjelasan tentang foto jurnalistik dapat peneliti maknai bahwa foto jurnalistik sangat berperan besar dalam sebuah surat kabar.

2.5.2 Teknik Foto Jurnalistik

Memotret suatu foto jurnalistik memerlukan teknik. Selain teknik dalam memotret foto jurnalistik seorang wartawan harus memiliki objek foto terlebih dahulu. Objek foto jurnalistik tersebut haruslah kejadian atau peristiwa yang memiliki nilai berita. Tanpa teknik memotret suatu objek foto jurnalistik hasilnya pasti tidak akan maksimal. Dalam Ermanto, Menjadi Wartawan Handal Dan Profesional, menjelaskan beberapa teknik pemotretan:

1. Pengambilan objek
   Harus dikuasai tekniknya secara baik. Pengambilan objek terlebih dahulu diawali oleh menentukan objeknya. Pengambilan objek dibedakan atas enam jenis yakni, *longshot, medium longshot, medium shot, medium closeup, closeup, ekstrim closeup.*

2. Pembingkaian
   Pembingkaian objek perlu dilakukan secara baik agar foto terbingkai dengan baik. Pembingkaian adalah meletakan suatu objek dalam bingkai (bidang foto) secara seimbang. Pembingkaian yang baik adalah meletakan objek dalam kertas foto secara seimbang. Foto yang baik dari segi pembingkaian adalah foto yang objeknya terletak seimbang dalam kertas foto .

3. Sudut pengambilan
   Merupakan kegiatan kreatif yang dilakukan pemotret dalam memandang dan mengabadikan objek . (2005:154-156)

Pada Harian Pagi Radar Bandung sendiri wartawan yang mengambil foto berita biasanya memperhitungkan angel, yakni angel foto harus hidup, dengan demikian foto akan menjadi focus utama saat pembaca membaca Koran tersebut.

2.5.3 Jenis-Jenis Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik memilki beberapa jenis, hal ini juga dijelaskan didalam, Foto Jurnalistik Metode Memoteret Dan Mengirim Foto Kemedia Masa, karya Alwi, yakni:

1. Spot photo
   Foto spot adalah foto yang di buat dari peristiwa yang tidak terjadwal atau tidak terduga yang diambil oleh sifotografer langsung dilokasi kejadian. Contohnya foto peristiwa kecelakaan, kebakaran, dan perkelahian

2. General news photo
   Adalah foto-foto yang di abadikan dari peristiwa yang terjadwal, rutin, dan biasa. Temanya bias bermacam-macam, yaitu politik, ekonomi, humor. Contohnya yakni mentri membuka pameran, badut dalam pertujukan, dan lain-lain.

3. People in the news photo
   Adalah foto tentang orang atau masyarakat dalam suatu berita. Yang di tampilkan adalah pribadi atau sosok orang yang menjadi berita itu. Bias kelucuannya, nasib, dan sebagainya. Contohnya, foto ali abbas, anak korban bom pada perang irak, atau foto manatan presiden as.

4. Daily life photo
   Adalah foto tentang kehidupan sehari-hari manusia dipandang dari segi kemanusiawiannya (human intrest). Misalnya, foto tentang pedagang gitar.

5. Portrait
   Adalah foto yang menampilkan wajah seseorang secara close-up dan “mejeng”. Ditampilkan karena adanya ke-khasan pada wajah yang dimiliki atau ke-khasan lainnya.

6. Sport photo
   Adalah foto yang di buat dari peristiwa olah raga. Karena olah raga berlangsung pada jarak tertentu antara atlete dengan penonton dan fotografer, dalam pembuatan foto olah raga di butuhkan perlengkapan yang memadai, misalnya lensa yang panjang serta kamera yang menggunakan motor drive.

Foto olah raga biasanya menampilkan gerakan dan ekspresi atlete dan hal lain yang menyangkut olah raga.

7. Science and technology photo
   Adalah foto yang diambil dari peristiwa-peristiwa yang ada kaitannya dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Misalnya, foto penemuan micro chip computer baru.

8. Art and culture photo
   Adalah foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya. Misalnya, pertunjukan iwan fals di panggung, kegiatan artis di belakang panggung dans sebagainya.

9. Sosial and environment
   Adalah foto-foto tentang kehidupan sosial masyarakat serta lingkungan hidupnya. Contohnya, foto penduduk di sekitar kali manggarai yang sedang mencuci piring. (2004:7-9)

2.5.4. 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 foto jurnalis 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. [2]

[2] http://dodohawe.multiply.com/journal/item/4 (Rabu, 25 Januari 2012, 04.38)

2.6. Pengertian Semiotika

Secara etimologis semiotik berasal dari kata Yunani semeion yang berarti penafsir tanda atau tanda dimana sesuatu dikenal. Semiotika ialah ilmu tentang tanda atau studi tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi. Semiotika ialah cabang ilmu dari filsafat yang mempelajari "tanda" dan biasa disebut filsafat penanda. Semiotika adalah teori dan analisis berbagai tanda dan pemaknaan. Secara umum, semiotik didefinisikan sebagai berikut. *Semiotics is usually defined as a general philosophical theory dealing with the production of signs and symbols as part of code systems which are used to communicate information. Semiotics includes visual and verbal as well as tactile and olfactory signs (all signs or signals which are accessible to and can be perceived by all our senses) as they form code systems which systematically communicate information or massages in literary every field of human behaviour and enterprise.* (Semiotik didefinisikan sebagai teori filsafat umum yang berkenaan dengan produksi tanda-tanda dan simbol-simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengomunikasikan informasi. Semiotik meliputi tanda-tanda visual dan verbal serta tactile dan olfactory [semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan bisa diterima oleh seluruh indera yang kita miliki] ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis di setiap kegiatan dan perilaku manusia).

Secara ringkas semiotika ialah Ilmu Tanda. Bagaimana menafsirkan dan meneliti bagaimana bekerjanya suatu tanda dalam membentuk suatu kesatuan arti

atau suatu makna baru saat ia digunakan. Semiotika merupakan suatu metode analisa isi media atau suatu teks, dimana analisa tersebut mengadaptasi model analisa linguistik dari Ferdinand de Saussure (1960). Ferdinand de Saussure memberikan pengertian semiotika sebagai : sebuah ilmu yang mempelajari tentang bekerjanya tanda-tanda sehingga dapat dipahami dalam masyarakat. Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa saja yang membentuk tanda-tanda dan bagaimana bekerjanya.

Menurut Berger, dalam Pengantar Semiotika: Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer, adalah:

> Peirce menyebut ilmu yang dibangunnya adalah semiotika (semiotics). Bagi Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat ditetapkan pada segala macam tanda. (2000:11-22).

Dalam perkembangan selanjutnya, istilah semiotika lebih populer daripada semiologi.

2.6.1 Semiotika Charles Sander Peirce

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Menurut Peirce dalam buku Semiotika Komunikasi, yang dikutip Sobur, semiotika mempunyai konsep dasar yakni:

> Konsep tentang tanda-tanda : tak hanya bahasa dan system komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun—sejauh terkait dengan pikiran manusia—seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena, jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas.(2003:13)

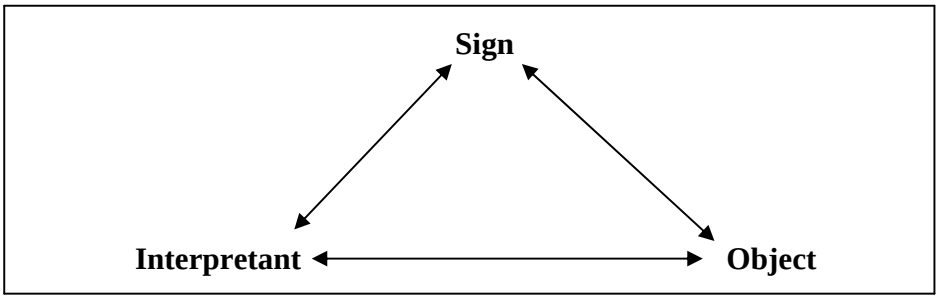
Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis semiotika dengan model teori segitiga makna *(Triangle Meaning),* dalam buku karangan Sobur, Semiotika Komunikasi, Charles Sander Peirce, yakni " tanda (*sign atau representament*) adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang" (2003 : 40-41). Sedangkan objek adalah sesuatu yang di rujuk tanda. Sementara interpretant adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang di rujuk oleh tanda.

2.6.2 Teori Segitiga Makna

Peneliti menggunakan teori segitiga makna dari seorang pendiri teori semiotika yakni, **Charles Sander Peirce**, yaitu teori segitiga makna atau biasa disebut *Triangle Meaning,* teori ini merujuk pada tiga hal yakni, tanda, objek dan interpretan. Ketiga hal ini saling berhubungan satu dengan lainnya. Untuk lebih jelasnya berikut adalah gambar dari teori segitiga makna**:**

Gambar 2.1

Gambar Teori Segitiga Makna Charles Sander Peirce



Sumber: komunikasi semiotika, 2003

Hal yang menjadi pandangan pokok dalam teori segitiga makna ini, yakni :

1. Sign (tanda) : adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang
2. Objek : adalah sesuatu yang di rujuk tanda
3. Interpretant : tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang di rujuk oleh tanda.

Tanda terdiri dari ikon, indeks dan symbol. Ketiga hal tersebut adalah hal-hal yang terkandung dalam pemaknaan tanda.

Sign atau tanda dapat dibagi menjadi tiga yaitu *qualisign, sinsign*, dan *legisign*. *Qualisign* adalah tanda yang berkaitan dengan kualitas, kata keras menujukan kualitas tanda, misalnya kata-kata yang keras, lembut, dan lain-lain. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda. Contoh kata “hangus” pada kalimat “kayu yang hangus” memberikan tanda bahwa kayu tersebut baru terbakar. *Legisign* adalah norma yang terkandung dalam tanda, misalya tulisan “dilarang menginjak rumput” merupakan suatu norma yang bersifat larangan.

Object dapat dibagi menjadi *ikon*, *indeks,* dan *simbol*. *Ikon* adalah tanda yang mana terdapat hubungan dengan dengan penanda karena kemiripan. Contoh dari *ikon* adalah foto bayi menjadi pananda dari sosok bayi yang sesungguhnya. *Indeks* adalah tanda yang memiliki hubungan dengan penanda secara bawaan dan umumnya bersifat sebab akibat.

Misalnya gambar asap menunjukkan ada sesuatu yang terbakar. Sementara itu *simbol* adalah tanda yang memiliki hubungan dengan pananda melalui konvensi atau kesepakatan bersama. Tanda ini cenderung bersifat arbitrary.

Interpretant maka dapat dibagi menjadi *rheme, dicent sign,* dan *argument. Rheme* adalah tanda yang memungkinkan penafsir untuk menafsirkan berdasarkan pilihan. *Dicent sign* adalah tanda yang sesuai dengan kenyataan. Sementara *argument* merupakan tanda yang diberikan seseorang terhadap sesuatu berdasarkan alasan tertentu.