BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Studi Terdahulu

Studi terdahulu penting dilakukan dalam sebuah penelitian. Selain sebagai bahan komparasi serta refrensi, studi terdahulu juga bertujuan untuk memetakan posisi penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya yang relevan dengan sasaran peneliitian.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Di bawah ini adalah tabel penelitian yang relevan yang telah peneliti pilih sesuai keterkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan.

Tabel 2.1

Penelitian yang relevan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Maulana Gisaf (Universitas Komputer Indonesia)	"Konsep Diri Seorang Fotografer Dalam Menghasilkan Foto "*Glamour*" di Kota Bandung"	Kualitatif	pengetahuan fotografer yang dimiliki selain pengetahuan teknis fotografi dalam menghasilkan karya foto *glamour*, adalah *fashion, make-up artist, lighting* serta spirit zaman. Harapan fotografer dalam menghasilkan karya foto *glamour* yang paling utama adalah kepuasan diri dan pencapaian selanjutnya mendapatkan apresiasi atau penghargaan. Fotografer memiliki penilaian dalam menjaga nilai-nilai hak cipta foto dan keaslian karyanya masing-masing.
2	Didin Rohendi (Universitas Komputer Indonesia)	Analisis Semiotika Tentang Foto Tragis Anak Kecil Dalam Konflik Di Sudan Tahun 1993	Kualitatif	menggunakan analisis semiotika (*semiotic analysis*) Charles Sander Pierce dan menunjukan bahwa tanda dalam foto tragis anak kecil dalam konflik di Sudan tahun 1993 adalah seekor burung pemakan bangkai dan

				menunjukan bahwa tanda dalam foto tragis anak kecil dalam konflik di Sudan tahun 1993 adalah seekor burung pemakan bangkai dan latar tempat. Berdasarkan Objek adalah sosok anak kecil kurus kering. Dan berdasarkan interpretant adalah adanya peristiwa kelaparan yang sedang melanda Sudan yang menyebabkan banyaknya kematian.

Melihat hasil terdahulu yang telah dipaparkan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama yaitu mengenai fotografi. Namun yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti mengambil fokus fotografi dari sudut pandang Representasi Foto Glamor Karya Zoky Zoker.

2.1.2 Pengertian Komunikasi

Secara morfologis, terminologi komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *Communis* atau *Communicatio*, yang dalam bahasa Inggris *Common* yang memiliki arti sama. Berkomunikasi berarti berusaha untuk mencapai kesamaan makna atau kesamaan arti (*commonness*). Dalam komunikasi yang melibatkan dua orang, komunikasi berlangsung apabila adanya kesamaan makna.

(Effendy, 2004:9).

Komunikasi juga dapat berarti adanya kesamaan makna antara komunikator dan komunikan dengan tujuan mengubah sikap, opini, atau pandangan/prilaku orang lain tentang pesan yang disampaikan. Walaupun demikian tidak semua pesan yang disampaikan itu sesuai dengan apa yang diharapkan dan bahkan ada kesalahan maksud dalam penerimaan pesan tersebut, untuk itu diperlukan suatu komunikasi yang efektif.

Mulyana (2000: 61-69) mengungkapkan pengertian komunikasi dalam pandangan:

1. Komunikasi Sebagai Tindakan Satu Arah

   Komunikasi sebagai suatu proses penyampaian pesan dari seseorang misalnya instruktur kepada pihak lain (peserta pelatihan), baik langsung melalui suatu tatap muka ataupun tidak langsung melalui suatu media. Gambaran peristiwanya, seseorang atau organisasi mempunyai suatu informasi kemudian disampaikan kepada orang lain, dan orang lain itu menerima informasi tersebut baik dengan cara mendengarkan atau dengan cara membaca (suatu *quiz*). Komunikasi yang terjadi berorientasi pada pesan *a message-centered philosophy of communication*. Keberhasilan komunikasi seperti ini terletak pada penguasaan fakta atau informasi dan pengaturan mengenai cara-cara penyampaian fakta atau informasi tersebut.

2. Komunikasi Sebagai Interaksi

   Komunikasi di sini diartikan sebagai suatu proses sebab-akibat atau aksi-

reaksi secara bergantian baik verbal ataupun non-verbal. Gambaran peristiwanya, seseorang menyampaikan suatu informasi kemudian pihak penerima informasi itu memberikan respon atas informasi yang diterimanya itu untuk kemudian pihak pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang atau pihak kedua, dan seterusnya. Komunikasi demikian berorientasi pada pembicara *a speaker-centered philosophy of communication* dan mengabaikan kemungkinan seseorang bisa mengirim dan atau menerima informasi pada saat yang sama. Di sini unsur umpak balik *(feed-back)* menjadi cukup penting. Bagaimana pihak pengirim dan penerima suatu informasi bisa silih berganti peran karena persoalan umpan balik.

3. Komunikasi Sebagai Transaksi

   Komunikasi sebagai transaksi merupakan suatu proses yang bersifat personal karena makna atau arti yang diperoleh pada dasarnya bersifat pribadi. Penafsiran di atas merupakan suatu informasi melalui proses penyandian *(encoding process)* dan melalui penyandian kembali *(decoding process)* dalam peristiwa komunikasi baik atas perilaku verbal ataupun atas perilaku non-verbal bisa amat bervariasi. Peristiwanya melibatkan penafsiran yang bervariasi dan pembentukan makna yang lebih kompleks. Komunikasi tidak membatasi pada kesengajaan atau respon yang teramati melainkan pula mencakup spontanitas, bersifat simultan dan kontekstual. Komunikasi ini berorientasi pada arti baru yang terbentuk, biasa disebut *a meaning-centered philosophy of communication.*

Para ahli komunikasi mendefinisikan proses komunikasi sebagai "*Knowing what he wants to communicate and knowing how he should deliver his message to give it the deepest penetration possible into the minds of his audience*". Definisi tersebut mengindikasikan, bahwa karakter komunikator selalu berusaha meraih keberhasilan semaksimal mungkin dalam menyampaikan pesan "*deepest penetration possible*", artinya pengertian komunikasi bersumber dari gagasan komunikator yang ingin disampaikan kepada pihak penerima, dengan segala daya dan usaha bahkan tipu daya agar pihak penerima tersebut (komunikan) mengenal, mengerti, memahami dan menerima "ideologinya" lewat pesan–pesan yang disampaikan (Purwasito, 2003 :195).

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan, ada pula yang mengartikan saling tukar-menukar pikiran dan pendapat. Gode (dalam Wiryanto, 2004: 6) memberikan pengertian mengenai komunikasi sebagai suatu proses yang membuat kebersamaan bagi dua atau lebih yang semula dimonopoli oleh satu atau beberapa orang. Raymond S. Ross mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirim simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksud oleh sang komunikator. Everet M. Rogers dan Lawrence Kincaid (dalam Wiryanto, 2004: 6) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang ada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Definisi-definisi di atas belum bisa mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun, paling tidak kita memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud dengan komunikasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Shannon & Weaver (dalam Wiryanto, 2004:7), bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi. Adapun definisi komunikasi menurut Katz (1978) merupakan proses penyampaian dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung arti, baik yang berwujud informasi-informasi, pemikiran-pemikiran, pengetahuan ataupun yang lain- lain dari penyampai atau komunikator kepada penerima atau komunikan. Dalam komunikasi yang terpenting yaitu adanya pengertian bersama dari lambang-lambang tersebut, oleh karenanya komunikasi juga merupakan proses sosial. Dengan demikian dapat ditarik suatu inti dari teori ini, yaitu komunikasi memungkinkan manusia dapat saling bertukar informasi, ide ataupun pemikiran serta pengetahuan berikut konsep kepada orang lain.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antar manusia (*human communication*) bahwa:

> Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang untuk mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia, (2) melalui pertukaran informasi, (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu. (Hafied, 2005:18)

Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Selain itu komunikasi diartikan pula sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan. Atau dapat diartikan bahwa komunikasi adalah saling menukar pikiran atau pendapat.

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya communis, yang umum atau bersama-sama.

"*A process by which a source transmits a message to a reciever through some channel.*" (Komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beberapa saluran) Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996: 4).

"It is a process that makes common to or several what was the monopoly of one or some." (Komunikasi adalah suatu proses yang membuat kebersamaan bagi dua atau lebih yang semula monopoli oleh satu atau beberapa orang) Gode (1969: 5).

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" ilmu komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas

penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2004:10).

Menurut Hovland, dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek" mendefinisikan komunikasi sebagai berikut : proses mengubah perilaku orang lain. *(communications is the process to modify the behavior of other individuals)*. (Effendy, 2004: 10).

Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap public (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain *(communication is the process to modify the behavior of other individuals)*. Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku oranglain apabila komunikasinya itu memang komunikatif seperti diuraikan di atas.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: "*Who, Says what, In which channel, To whom, With what effect*?"

Paradigma Lasswell tadi menunjukkan bahwa komunikasi itu meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Komunikan (*communicant,communicate, receiver*)
4. Media (*channel*)
5. Efek (*effect, influence*). (Effendy, 1990: 10)

Jadi berdasarkan paradigma dari Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang kemudian menimbulkan efek tertentu.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Pikiran bisa juga merupakan keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kemarahan, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hatinya.

Adapun definisi komunikasi menurut Roger dan D. Lawrence (1981), 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).

Sedangkan Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa komunikasi adalah "Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya" (Effendy, 1993 :28).

2.1.2.1 Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut Harold Laswell cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: *who says what in which channel to whom with* what *effect*?, atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana. Berdasarkan definisi Laswell ini dapat diturunkan lima unsur komunikasi, yaitu:

1. Komunikator atau sumber (*source*)

   Komunikator atau sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang, sekelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan Negara, yang mempunyai kebutuhan bervariasi, dari mulai sekedar menyapa, menghibur, menyampaikan informasi, dan lain sebagainya. Komunikator harus bisa menyampaikan perasaan dan pikirannya ke dalam seperangkat simbol verbal dan atau non verbal yang idealnya dapat dipahami oleh penerima pesan.

2. Pesan

   Yaitu apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau non verbal yang dapat mewakili perasaan, pikiran, nilai, atau maksud komunikator. Pesan mempunyai tiga komponen, yaitu: makna, simbol, dan kata-kata.

3. Media atau saluran

   Yaitu alat atau wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan. Saluran juga merujuk pada cara penyajian pesan, apakah langsung (tatap muka) ataukah bermedia.

4. Komunikan atau penerima

   Komunikan adalah orang yang menerima pesan dari komunikator. Komunikan menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal dan atau non verbal yang diterimanya menjadi suatu gagasan yang dapat dipahami. Proses ini dibsebut penyandian balik (*decoding*)

5. Efek

   Yaitu apa yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Misalnya penambahan pengetahuan, perubahan sikap, perubahan perilaku, dan sebagainya.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Secara sederhana komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses atau aliran mengenai suatu pesan atau informasi bergerak dari suatu sumber (pengirim) hingga penerima dan berlangsung dinamis. Suatu penyimpangan yang terjadi dalam komunikasi pada dasarnya merupakan akibat dari rintangan yang tidak dapat teratasi.

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses Komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

Proses komunikasi dapat dilihat dari beberapa perspektif :

1. Perspektif psikologis

   Perspektif ini merupakan tahapan komunikator pada proses *encoding*,

kemudian hasil *encoding* ditransmisikan kepada komunikan sehingga terjadi komunikasi interpersonal.

2. Perspektif mekanis

   Perspektif ini merupakan tahapan disaat komunikator mentransfer pesan dengan bahasa verbal/non verbal. Komunikasi ini dibedakan menjadi beberapa bagian, diantaranya adalah:

   a. Proses komunikasi primer

      Adalah penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan menggunakan lambang sebagai media.

   b. Proses komunikasi sekunder

      Merupakan penyampaian pesan dengan menggunakan alat setelah memakai lambang sebagai media pertama.

   c. Proses komunikasi linier

      Penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal.

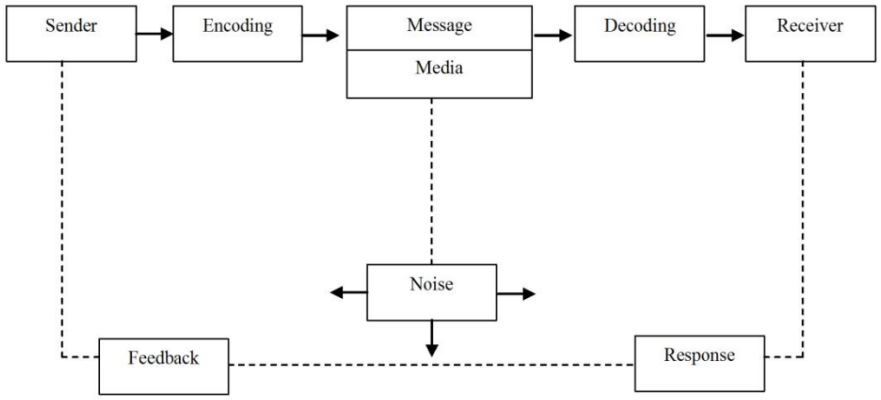
   d. Proses komunikasi sirkular

      Terjadinya *feedback* atau umpan balik dari komunikan ke komunikator.

Secara skematis proses komunikasi tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 2.1

Proses Komunikasi



Sumber: Effendi, 1984 :18

Unsur-unsur dalam proses komunikasi di atas adalah sebagai berikut (Effendi, 1984: 18-19):

1. *Sender*

   Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.

2. *Encoding*

   Penyandian, yakni proses pengalihan fikiran ke dalam bentuk lambang.

3. *Message*

   Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

4. Media

   Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada

komunikan.

5. *Decoding*

   Proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

6. *Receiver*

   Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

7. *Response*

   Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah menerima pesan

8. *Feedback*

   Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

9. *Noise*

   Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2.1.3 Tinjauan Tentang Fotografi

Fotografi berasal dari kata foto yang artinya sinar dan *graphos* yang artinya menulis/ melukis dengan sinar. Jadi fotografi secara harfiah diartikan sebagai "menulis/ melukis dengan sinar". Dalam seni rupa, fotografi memang fenomena yang muncul dan berkembang secara menajubkan. Sejarah mencatat hal tersebut dalam bentuk tahapan-tahapan perkembangan fotografi dari masa le masa, dari yang paling sederhana sampai yang modern.

"The origin of photography has been tracked back to 1839, when Louis J. M. Daguerre, of Paris, invited a positive image process for making portraits,… but these positive image could not be duplicated. A few years after Daguerre's technique has been develop, an Englishman, William H. Fox- Tolbot, Introduced the negative – positive process that continues in use today". (Interpretation Of Acrial Photographs by Thomas Eugene Avery)

"Fotografi yang asli memulai jejaknya pada 1839, ketika Louis J. M. Daguerre, seorang Paris, menemukan proses gambar positif untuk membuat foto potret,.. tetapi gambar positif itu tidak bisa digandakan. Beberapa tahun kemudia setelah penemuan teknik Daguerre, William H. Fox- Tolbot, seorang Inggris, membuat negative – positif yang masih digunakan sampai sekarang". (*Interpretation Of Acrial Photographs by* Thomas Eugene Avery)

Dalam buku lain disebutkan bahwa :

"Fotografi, dengan berakhirnya masa Barok, telah membebaskan seni rupa dari obsesinya akan kemiripan. Seni lukis pada dasarnya sia-sia berusaha untuk membentuk ilusi dan ilusi itu menandai bagi seni. Sedangkan fotografi dan sinema merupakan temuan yang pasti memuaskan, dan secara esensinya sendiri, obsesi akan realism, Fotografi memanfaatkan suatu pengalihan dan realitas benda ke reproduksi, Fotografi memang muncul sebagai peristiwa yang paling penting dalam sejarah seni rupa". (*Qu'est – ce Que Le Cinema* karya Andre Bazin, Penerjemah Dr. Rahayu S. Hidayat)

Kutipan kedua buku di atas erat hubungannya dengan permulaan adanya foto yang beredar selama ini, mencermati cuplikan buku dapat diartikan secara keseluruhan bahwa fotografi adalah fenomena luar biasa dalam sejarah seni rupa.

2.1.3.1 Pengertian Semiotik

Semiotik atau ilmu tanda mengandaikan serangkaian asumsi dan konsep yang memungkinkan kita untuk menganalisis sistem simbolik dengan cara sistematis. Meski semiotik mengambil model awal dari bahasa verbal, bahasa verbal hanyalah satu dari sekian banyak sistem tanda yang ada di muka bumi. Kode morse, etiket, matematika, musik, rambu-rambu lalu lintas masuk dalam jangkauan ilmu semiotik. Tanda adalah sesuatu yang merepresentasikan atau menggambarkan sesuatu yang lain (di dalam benak seseorang yang memikirkan) (Denzin, 2009: 617).

Bahasa sebagai medium karya sastra sudah merupakan sistem semiotik atau ketandaan, yaitu sistem ketandaan yang memiliki arti. Medium karya sastra bukanlah bahan yang yang bebas (*netral*) seperti bunyi pada seni musik ataupun warna pada lukisan. Warna sebelum dipergunakan dalam lukisan masih bersifat netral, belum mempunyai arti apa-apa, sedangkan bahasa sebeleum digunakan dalam karya sastra sudah merupakan lambang yang mempunyai arti yang ditentukan oleh perjanjian masyarakat (bahasa). Lambang-lambang atau tanda-tanda kebahasaan itu berupa satuan-satuan bunyi yang mempunyai arti oleh konvensi masyarakat. Sistem ketandaan itu disebut itu disebut semiotik (Pradopo, 2007: 121).

2.1.3.2 Ciri-ciri dan Sifat Semiotik

Tanda-tanda tersebut kemudian dimaknai sebagai wujud dalam memahami kehidupan. Manusia melalui kemampuan akalnya berupaya berinteraksi dengan menggunakan tanda sebagai alat untuk berbagai tujuan, salah satu tujuan tersebut adalah untuk berkomunikasi dengan orang lain sebagai bentuk adaptasi dengan lingkungan.

Komunikasi bukan hanya sebagai proses, melainkan komunikasi sebagai pembangkitan makna (*the generation of meaning*). Ketika kita berkomunikasi dengan orang lain, setidaknya orang lain tersebut memahami maksud pesan kita, kurang lebih secara tepat. Supaya komunikasi dapat terlaksana, maka kita harus membuat pesan dalam bentuk tanda (bahasa, kata). Pesan-pesan yang kita buat, medorong orang lain untuk menciptakan makna untuk dirinya sendiri yang terkait dalam beberapa hal dengan makna yang kita buat dalam pesan kita. Semakin banyak kita berbagi kode yang sama, makin banyak kita menggunakan sistim tanda yang sama, maka makin dekatlah "makna" kita dengan orang tersebut atas pesan yang datang pada masing-masing kita dengan orang lain tersebut.

Semiotik yang merupakan bidang studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja (dikatakan juga semiologi). Dalam memahami studi tentang makna setidaknya terdapat tiga unsur utama yaitu :

a) tanda,
b) acuan tanda, dan
c) pengguna tanda.

Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indra kita. Tanda mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri, dan bergantung pada pengenalan oleh penggunanya sehingga disebut tanda

2.1.3.3 Aplikasi Semiotik

Adapun beberapa contoh aplikasi semiotika di antara sekian banyak pilihan kajian semiotika dalam domain komunikasi antara lain :

1) Media

Mempelajari media adalah mempelajari makna dari mana asalnya, seperti apa, seberapa jauh tujuannya, bagaimanakah ia memasuki materi media, dan bagaimana ia berkaitan dengan pemikiran kita sendiri. Dalam konteks media massa, khusunya media cetak kajian semiotik adalah mengusut ideologi yang melatari pemberitaan.

Untuk teknik – teknik analisnya sendiri, secara garis besar yang diterapkan adalah :

a) Teknik kuantitatif

Teknik ini adalah teknik yang paling dapat mengatasi kekurangan dalam objektivitas, namun hasilnya sering kurang mantap. Ciri – ciri yang dapat di ukur dinyatakan sebagai tanda merupakan titik tolak penelitian ini. hasil analisis kuantitatif selalu lebih spektakuler namun sekaligus selalu mengorbankan ketahanan uji metode – metode yang digunakan.(Van Zoest, 1993:146-147)

b) Teknik kualitatif

Pada analisis kualitatif, data – data yang diteliti tidak dapat diukur secara matematis. Analisis ini sering menyerang masalah yang berkaitan dengan

arti atau arti tambahan dari istilah yang digunakan.

Tiga pendekatan untuk menjelaskan media (McNair, 1994, dalam Sudibyo, 2001:2-4), yaitu :

1. Pendekatan Politik-Ekonomi

Pendekatan ini berpendapat bahwa isi media lebih ditentukan oleh kekuatan - kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media.

2. Pendekatan Organisasi

Bertolak belakang dengan pendekatan politik-ekonomi, pendekatan ini menekankan bahwa isi media diasumsikan dipengaruhi oleh kekuatan - kekuatan eksternal pengelola media.

3. Pendekatan Kulturalis

Merupakan pendekatan politik-ekonomi dan pendekatan organisasi. Proses produksi berita dilihat sebagai mekanisme yang rumit yang melibatkan faktor internal media. Media pada dasarnya memang mempunyai mekanisme untuk menentukan pola dan aturan organisasi, tapi berbagai pola yang dipakai untuk memaknai peristiwa tersebut tidak dapat dilepaskan dari kekuatan – kekuatan politik-ekonomi di luar media.

Secara teoritis, media massa bertujuan menyampaikan informasi dengan benar secara efektif dan efisien. Namun, pada praktiknya apa yang disebut sebagai kebenaran ini sangat ditentukan oleh jalinan banyak kepentingan.

Terdapat pemilahan atas fakta atau informasi yang dianggap penting dan yang dianggap tidak penting, serta yang dianggap penting namun demi kepentingan *survival* menjadi tidak perlu disebar luaskan. Media menyunting

bahkan menggunting realitas dan kemudian memolesnya menjadi suatu kemasan yang layak disebar luaskan.

Tiga zona dalam teori media menurut Berger dan Luckman :

a) *Orders and practices of signification* = Tatanan dan praktik – praktik signifikasi.
b) *Orders and practises of power* = Tatanan dan praktik – praktik kekuasaan.
c) *Orders and practises of produc*tion = Tatanan dan praktik – praktik produksi.

Praktik – praktik kekuasaan media memiliki banyak bentuk (John B. Thomson, 1994) antara lain:

a) Kekuasaan Ekonomi ------ dilembagakan dalam industri dan perdagangan.
b) Kekuasaan Politik ------- dilembagakan dalam aparatur negara
c) Kekuasaan Koersif ------- dilembagakan dalam organisasi militer dan paramiliter.

2) Periklanan

Dalam perspektif semiotika iklan dikaji lewat sistem tanda dalam iklan, yang terdiri atas 2 lambang yakni lambang verbal (bahasa) dan lambang non verbal (bentuk dan warna yang disajikan dalam iklan). Dalam menganalisis iklan, beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain (Berger) :

a) Penanda dan petanda
b) Gambar, indeks, simbol

c) Fenomena sosiologi

d) Sifat daya tarik yang dibuat untuk menjual produk

e) Desain dari iklan

f) Publikasi yang ditemukan dalam iklan dan khayalan yang diharapkan oleh publikasi tersebut.

Lain halnya dengan model Roland Barthes, iklan dianalisis berdasarkan pesan yang dikandungnya yaitu :

a) Pesan Linguistik — Semua kata dan kalimat dalam iklan

b) Pesan yang terkodekan — Konotasi yang muncul dalam foto iklan

c) Pesan ikonik yang tak terkodekan — Denotasi dalam foto iklan

3) Tanda Non Verbal

Komunikasi nonverbal adalah semua tanda yang bukan kata – kata dan bahasa. Tanda – tanda digolongkan dalam berbagai cara :

a) Tanda yang ditimbulkan oleh alam yang kemudian diketahui manusia melalui pengalamannya.

b) Tanda yang ditimbulkan oleh binatang

c) Tanda yang ditimbulkan oleh manusia, bersifat verbal dan nonverbal.

Namun tidak keseluruhan tanda - tanda nonverbal memiliki makna yang universal. Hal ini dikarenakan tanda - tanda nonverbal memiliki arti yang berbeda bagi setiap budaya yang lain. Dalam hal pengaplikasian semiotik pada tanda nonverbal, yang penting untuk diperhatikan adalah pemahaman tentang

bidang nonverbal yang berkaitan dengan benda konkret, nyata, dan dapat dibuktikan melalui indera manusia.

Pada dasarnya, aplikasi atau penerapan semiotik pada tanda nonverbal bertujuan untuk mencari dan menemukan makna yang terdapat pada benda – benda atau sesuatu yang bersifat nonverbal. Dalam pencarian makna tersebut, menurut Budianto, ada beberapa hal atau beberapa langkah yang perlu diperhatikan peneliti, antara lain :

1) Langkah Pertama — Melakukan survei lapangan untuk mencari dan menemukan objek penelitian yang sesuai dengan keinginan si peneliti.
2) Langkah Kedua — Melakukan pertimbangan terminologis terhadap konsep –konsep pada tanda nonverbal.
3) Langkah Ketiga — Memperhatikan perilaku nonverbal, tanda dan komunikasi terhadap objek yang ditelitinya.
4) Langkah Keempat — Merupakan langkah terpenting —– menentukan model semiotika yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian. Tujuan digunakannya model tertentu adalah pembenaran secara metodologis agar keabsahan atau objektivitas penelitian tersebut dapat terjaga.

4) Film

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis struktural atau semiotika.

Van Zoest —– film dibangun dengan tanda semata - mata. Pada film digunakan tanda - tanda ikonis, yakni tanda - tanda yang menggambarkan

sesuatu. Gambar yang dinamis dalam film merupakan ikonis bagi realitas yang dinotasikannya.

Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara. Film menuturkan ceritanya dengan cara khususnya sendiri yakni, mediumnya, cara pembuatannya dengan kamera dan pertunjukannya dengan proyektor dan layar.

Sardar & Loon ——— Film dan televisi memiliki bahasanya sendiri dengan sintaksis dan tata bahasa yang berbeda. Film pada dasarnya bisa melibatkan bentuk – bentuk simbol visual dan linguistik untuk mengkodekan pesan yang sedang disampaikan.

Figur utama dalam pemikiran semiotika sinematografi hingga sekarang adalah Christian Metz dari *Ecole des Hautes Etudes et Sciences Sociales* (EHESS) Paris. Menurutnya, penanda (*signifant*) *sinematografis* memiliki hubungan motivasi atau beralasan dengan penanda yang tampak jelas melalui hubungan penanda dengan alam yang dirujuk. Penanda *sinematografis* selalu kurang lebih beralasan dan tidak pernah semena.

5) Komik – Kartun - Karikatur

Sebelum memasuki pembahasan, terlebih dahulu kita ketahui apa yang dimaksud dengan komik, kartun, serta karikatur.

Komik adalah cerita bergambar dalam majalah, surat kabar, atau berbentuk buku yang pada umumnya mudah dicerna dan lucu. Komik sendiri dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu, *comic strips* dan *comic book*. Komik

bertujuan utama menghibur pembaca dengan bacaan ringan, cerita rekaan yang dilukiskan relatif panjang dan tidak selamanya mengangkat masalah hangat meskipun menyampaikan moral tertentu. Bahasa komik adalah bahasa gambar dan bahasa teks.

Kartun adalah sebuah gambar lelucon yang muncul di media massa, yang hanya berisikan humor semata, tanpa membawa beban kritik sosial apapun. Pada dasarnya, kartun mengungkapkan masalah sesaat secara ringkas namun tajam dan humoristis sehingga tidak jarang membuat pembaca senyum sendirian.

Karikatur adalah deformasi berlebihan atas wajah seseorang, biasanya orang terkenal, dengan mempercantiknya dengan penggambaran ciri khas lahiriyahnya untuk tujuan mengejek (Sudarta,1987). Empat teknis yang harus diingat sebagai karikatur adalah, harus informatif dan komunikatif, harus situasional dengan pengungkapan yang hangat, cukup memuat kandungan humor, harus mempunyai gambar yang baik. Semula karikatur hanya merupakan selingan atau ilustrasi belaka. Namun pada perkembangannya, karikatur dijadikan sarana untuk menyampaikan kritik yang sehat karena penyampaiannya dilakukan dengan gambar – gambar lucu dan menarik bahkan tidak jarang membuat orang yang dikritik justru tersenyum.

Tommy Christomy — Secara formal proses semiosis yang paling dominan dalam kartun adalah gabungan atau proposisi (*visual dan verbal*) yang dibentuk oleh kombinasi tanda argumen *indexical legisign*.

Untuk menganalisis kartun atau komik-kartun, setidaknya kita menempatkan diri sebagai kritikus agar secara leluasa dapat melakukan penilaian

dan memberi tafsiran terhadap komik-kartun tersebut.

Setiawan ---- Komik-kartun penuh dengan perlambangan – perlambangan yang kaya akan makna. Selain dikaji sebagai teks, secara kontekstual juga dilakukan yakni dengan menghubungkan karya seni tersebut dengan situasi yang sedang menonjol di masyarakat. Dalam pandangan Setiawan hal ini di maksudkan untuk menjaga signifikasi permasalahan dan sekaligus menghindari pembiasan tafsiran.

6) Sastra

Santosa — Dalam lapangan sastra, karya sastra dengan keutuhannya secara semiotik dapat dipandang sebagai sebuah tanda. Sebagai suatu bentuk, karya sastra secara tulis akan memiliki sifat kerungan. Dimensi ruang dan waktu dalam sebuah cerita rekaan mengandung tabiat tanda-menanda yang menyiratkan makna semiotik.

Aminudin — Wawasan semiotika dalam studi sastra memiliki tiga asumsi :

a) Karya sastra merupakan gejala komunikasi yang berkaitan dengan pengarang, wujud sastra sebagai sistem tanda, dan pembaca.
b) Karya sastra merupakan salah satu bentuk pengunaan sistem tanda (*system of signs*) yang memiliki struktur dalam tata tingkat tertentu.
c) Karya sastra merupakan fakta yang harus direkonstruksikan pembaca sejalan dengan dunia pengalaman dan pengetahuan yang dimilikinya.

Sasaran kajian sastra secara ilmiah bukan pada wujud konkret wacananya, melainkan pada *metadiscourse* atau bentuk dan ciri kewacanaan yang tidak teramati secara konkret

Junus Pradopo —- Penelitian sastra dengan pendekatan semiotik sesungguhnya merupakan lanjutan dari pendekatan strukturalisme. Strukturalisme tidak dapat dipisahkan dengan semiotika karena karya sastra merupakan struktur tanda – tanda yang bermakna. Tanpa memperhatikan sistem tanda dan maknanya, serta konvensi tanda, struktur karya sastra atau karya sastra tidak dapat dimengerti secara optimal.

Dalam penelitian sastra dengan menggunakan pendekatan semiotika, tanda yang berupa indekslah yang paling banyak dicari, yaitu berupa tanda – tanda yang menunjukkan hubungan sebab-akibat.

Preminger —— Studi semiotika sastra adalah usaha untuk menganalisis sistem tanda – tanda. Oleh karena itu, peneliti harus menentukan konvensi – konvensi apa yang memungkinkan karya sastra mempunyai makna.

7) Musik

Sistem tanda musik adalah oditif. Bagi semiotikus musik, adanya tanda – tanda perantara, yakni, musik yang dicatat dalam partitur orkestra, merupakan jalan keluar. Hal ini sangat memudahkan dalam menganalisis karya musik sebagai teks. Itulah sebabnya mengapa penelitian musik semula terutama terarah pada sintaksis. Meski demikian, semiotika tidak dapat hidup hanya dengan mengandalkan sintaksis karena tidak ada semiotik tanpa semantik, juga tidak ada

semiotik musik tanpa semantik musik.

Aart van Zoest —– Tiga kemungkinan dalam mencari denotatum musik ke arah isi tanggapan dan perasaan :

a) Untuk menganggap unsur – unsur struktur musik sebagai ikonis bagi gejala – gejala neurofisiologis pendengar
b) Untuk menganggap gejala – gejala struktural dalam musik sebagai ikonis bagi gejala – gejala struktural dunia penghayatan yang dikenal
c) Untuk mencari denotatum musik ke arah isi tanggapan dan perasaan yang dimunculkan musik lewat indeksial

Untuk menganalisis musik tentu juga diperlukan disiplin lain, misalnya *ethnomusicology* dan antropologi. Dalam *ethnomusicology*, musik dipelajari melalui aturan tertentu yang dihubungkan dengan bentuk kesenian lainnya termasuk bahasa, agama, dan falsafah.

2.2 Tinjauan Semiotika Komunikasi Visual

Definisi semiotika komunikasi visual dalam buku Sumbo Tinarbuko yang berjudul Semiotika Komunikasi Visual adalah: “Sebuah upaya memberikan sebuah intepretasi terhadap keilmuan semiotika itu sendiri, yaitu sebagai sebuah metode pembacaan karya komunikasi visual.” (Tinarburko, 2008:11)

Sebagai sebuah upaya interpretasi, Sumbo menawarkan sebuah kebenaran tentang semiotika komunikasi visual, di samping kebenaran- kebenaran lain yang di tawarkan oleh penulis lain, dengan argumen, nalar dan sistematika yang dikembangkannya masing-masing.

Dilihat dari sudut pandang semiotika, komunikasi visual adalah sebuah sistem semiotika khusus, dengan pembendaharaan tanda (*vocabulary*) dan sintaks (*syntagm*) yang khas, yang berbeda dengan sistem semiotika seni. Di dalam semiotika komunikasi visual melekat fungsi komunikasi, yaitu fungsi tanda dalam menyampaikan pesan (*sender*) kepada para penerima (*receiver*) tanda berdasarkan aturan atau kode-kode tertentu. Fungsi komunikasi mengharuskan ada relasi (satu atau dua arah) antara pengirim dan penerima pesan, yang dimediasi oleh media tertentu.

Meskipun fungsi utamanya adalah fungsi komunikasi, tetapi bentuk komunikasi visual juga mempunyai fungsi signifikasi (*signification*), yaitu fungsi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi atau makna. Ini berbeda dengan bidang lain, seperti seni rupa (khusunya seni rupa modern) yang tidak mempunyai fungsi khusus komunikasi seperti itu, akan tetapi ia memiliki fungsi signifikasi. Fungsi signifikasi adalah fungsi dimana penanda (*signifer*) yang bersifat kongkret dimuati dengan konsep-konsep abstrak atau makna yang secara umum disebut petanda (*signified*). Dapat dikatakan disini, bahwa meskipun semua muatan komunikasi dari bentuk-bentuk komunikasi visual ditiadakan, ia sebenarnya masih mempunyai muatan signifikasi, yaitu muatan makna.

Semiotika komunikasi mengkaji tanda dalam konteks komunikasi yang lebih luas, yang melibatkan berbagai elemn komunikasi, seperti saluran (*channel*), sinyal (*signal*), media, pesan, kode (bahkan juga *noi*se). Semiotika komunikasi menekankan aspek produksi tanda (*sign production*) di dalam berbagai rantai komunikasi, saluran dan media ketimbang sistem tanda (*sign system*). Didalam

semiotika komunikasi, tanda ditempatkan dalam rantai komunikasi, sehingga mempunyai peran yang penting dalam penyampaian pesan.

2.3 Tinjauan Foto Glamor

2.3.1 Pengertian Foto Glamor

Foto glamor (Glamour photo) itu sendiri merupakan hasil karya dari Fotografi Glamor (*Glamour Photograph*), dimana:

Fotografi Glamor, adalah aliran dalam fotografi yang berkaitan dengan unsur keindahan bentuk tubuh seseorang atau beberapa model (umumnya kaum perempuan). Beberapa aliran menggunakan teknik yang disebut soft look, yaitu gambar dibuat lunak, kurang kontras (*soft*) dan remang-remang, sehingga dapat menimbulkan keindahan, kelembutan serta daya tarik tersendiri. (Nugroho, 2006 :158)

Kata glamor, jika diartikan dan menelaah menurut salah seorang ahli, *"Glamour is a subject that's always sells, but ask ten people what glamour is and you'll receive ten different answers."* (Glamor adalah sesuatu yang menjual, akan tetapi bila bertanya kepada 10 orang maka anda akan mendapatkan 10 jawaban yang berbeda-beda." (Gowland, 1957 : 5)

Dalam aktualisasi dan penggunaannya, foto glamor sering dikombinasikan. Foto glamor sering dipadukan dengan *fashion*, sehingga sering kita dengar *fashion* glamor, foto dengan tema ini pun menjadi semarak. Karena *fashion* dianggap bisa menimbulkan *mood* (suasana hati). Sesuai dengan perkataan Peter Gowland dalam bukunya, *How To Take Glamour Photos, "With fashion photography, you are creating a mood on paper"*. Bagaimana cara

mengambil beberapa foto glamor (dengan fotografi *fashion*, kamu membuat suasana di atas kertas/media) (Gowland, 1957: 94)

Fotografi glamor termasuk dalam aliran fotografi dimana perempuan dijadikan subjek fotografi. dan digambarkan dalam keadaan romantis atau memikat seksual. Perempuan yang di jadikan Subjek dapat berpakaian lengkap atau setengah telanjang. Akan tetapi fotografi glamor berhenti secara singkat dan dapat membangkitkan ketertarikan penonton terutama kaum pria, dan terlihat menjadi fotografi pornografi.

Fotografi Glamor umumnya merupakan citra yang terdiri dari subjek perempuan dalam posisi diam di tempat. Subyek fotografi glamor sering terdiri dari model profesional, dan foto-foto biasanya ditujukan untuk penggunaan produk atau jasa yang bersifat komersial, termasuk yang diproduksi secara massal kalender , *Pinups* dan untuk majalah pria , seperti *Playboy* , tetapi subjek perempuan yang amatir atau tidak profesional terkadang masih digunakan. dan kadang foto-foto dimaksudkan untuk penggunaan pribadi dan pribadi saja. Fotografer biasanya menggunakan kombinasi kosmetik , pencahayaan dan teknik airbrushing untuk menghasilkan foto yang dapat menarik penonton.

Seiring berjalannya wakru. ada banyak orang serta fotografer yang mungkin menemukan perbedaan antara fotografi glamor atau fotografi fashion . Meskipun mereka adalah sama dalam aspek-aspek tertentu , akan tetapi fotografi glamor adalah tentang memotret model perempuan untuk membawa subjek atau model untuk keluar pada kunci tertentu dan bukan untuk tujuan pornografi. Standar daerah fotografi glamor telah berubah dari waktu ke waktu dan

mencerminkan perubahan dalam moral sosial . Pada awal 1920-an , fotografer dari Amerika Serikat seperti Ruth Harriet Louise mengambil gambar selebriti untuk menambahkan konsep glamor untuk perawakan mereka. Selama Perang Dunia II, konsep glamor mengambil bentuk lain dan ditampilkan dalam bentuk *Pinups* dari bintang film berpakaian minim . dan ini terjadi di kalangan tentara AS. (Ruth Harriet Louise:1920)

Perubahan yang berdampak paling penting datang melalui majalah *Playboy*, yang merupakan majalah pertama berperan dalam memberikan nama baru untuk fotografi glamor. Majalah ini adalah majalah pertama yang memiliki fokus pada model telanjang dan target adalah konsumen *mainstream* . Hugh Hefner menerbitkan majalah edisi pertama *Playboy* di Desember 1953 dengan Marilyn Monroe di sampulnya . dan foto bugil Monroe yang dicetak di bagian dalam isi majalah, yang meningkatkan citra dan juga ditundukkan kemarahan publik. Perubahan pun terjadi pada fotografi glamor, ada beberapa majalah glamor populer sudah mulai membalikkan tren dengan lebih memfokuskan pada kemewahan dan kurang pada ketelanjangan. Beberapa majalah ini meliputi Maxim dan FHM.

(http://www.starephotography.com/articles/glamourphotography/index.php)

2.4 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini sebagai ranah pemikiran yang mendasari peneliti tersusunlah kerangka pemikiran baik secara teoritis maupun konseptual. Adapun kerangka pemikiran secara teoritis dan konseptual, sebagai berikut:

2.4.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

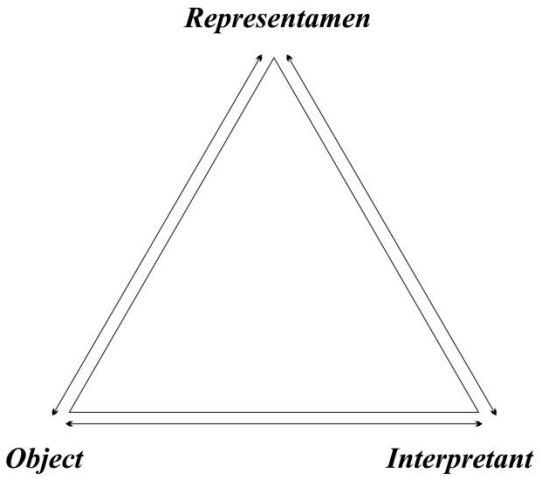
Dalam Penelitian ini, peneliti ingin mengupas makna di balik foto glamor karya Zoky Zoker dengan Metode Kualitatif pedekatan Semiotik model Charles Sanders Pierce. "Menurut Charles Sanders Pierce salah satu bentuk adalah kata. Sedangkan objek adalah tanda yang ada dalam benak seseorang, maka munculah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut." (Sobur, 2002:115).

Charles Sanders 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 Charles Sanders Pierce lazimnya ditampilkan seperti gambar berikut:

Gambar 2.2

Segitiga Semiotik Charles Sanders Pierce



Sumber : Tinarbuko, 2008, Semiotika Komunikasi Visual

Menurut Charles Sanders 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 sistem tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukan oleh Charles Sanders Pierce terkenal dengan nama segitiga semiotik.

> Bagi Charles Sander Pierce, tanda *"is something which stand to somebody for something in some resfect or capacity."* Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Pierce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *representamen*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground, object,* dan *interpretant."* (Pateda, 2001:44 dalam Sobur, 2002:41).

Atas dasar hubungan ini, Pierce mengadakan klasifikasi tanda. Tanda yang dikaitkan dengan *ground* dibaginya menjadi *qualisign, sinsign, dan legisign*. Berdasarkan Objeknya, Charles Sanders Pierce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Dan Berdasarkan Interpretannya dibagi atas *rheme, dicent sign* atau *dicisign* dan *argument*.

Untuk menjabarkan konsep relasi makna (tanda, objek dan interpretan,) Charles Sanders Pierce memberikan pembagian tanda dalam tiga bagian yaitu: *Icon, Index,* dan *Symbol*. *Icon*, adalah tanda yang dicirikan oleh persamaannya (*resembles*) dengan objek yang digambarkan. Tanda visual seperti adalah *Icon*, karena tanda yang ditampilkan mengacu pada persamaannya dengan objek.

Index, adalah hubungan langsung antara sebuah tanda dan objek yang kedua-duanya dihubungkan. *Index*, merupakan tanda yang hubungan eksisitensialnya langsung dengan objeknya. Sebuah *Index* dapat dikenali bukan hanya dengan melihat seperti halnya dalam *Icon*, tetapi juga perlu dipikirkan hubungan antara dua objek tersebut.

Symbol, adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau aturan. Makna dari suatu *Symbol* ditentukan oleh suatu persetujuan bersama, atau diterima oleh umum sebagai suatu kebenaran tanda.

Bagi Pierce tanda merupakan sesuatu yang digunakan agar tanda bisa befungsi, oleh Pierce disebut *Representamen*. Konsekuensinya, tanda selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *Representamen*, *Object*, dan *Interpretant*. Atas dasar hubungan ini, Pierce mengadakan klasifikasi tanda menjadi *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign.*

1. *Qualisgn* adalah kualitas yang ada pada tanda.
2. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda.
3. *Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda.

Sedangkan Berdasarkan Interpretan Tanda dibagi atas tiga bagian yaitu, rheme, dicent sign atau dicisign dan argument.

1. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan.
2. *Dicisign* adalah tanda sesuai kenyataan.
3. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu.

Ikon, indeks, dan simbol merupakan perangkat hubungan antara dasar (bentuk), objek (*referent*) dan konsep (*interpretant*).

2.4.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Foto glamor memiliki dasar dan memiliki arti serta tanda tentang kejadian pada saat pengambilan gambar. Dalam hasil foto dapat di artikan bahwa fotografer atau pengambil foto sering melakukan perbandingan antara sentuhan kosmetik, pencahayaan, dan tata ruang itu sendiri. Foto akan semakin menarik jika ketiga poin tersebut menyatu dalam satu gambar.

Fotografer menggunakan banyak trik dan komposisi untuk menghasilkan foto glamor yang bicara atau berkata-kata. Bisa bicara atau berkata-kata memiliki fungsi bahwa foto tersebut dapat mengungkapkan rasa ketika penonton tersebut melihat keadaan foto tersebut.

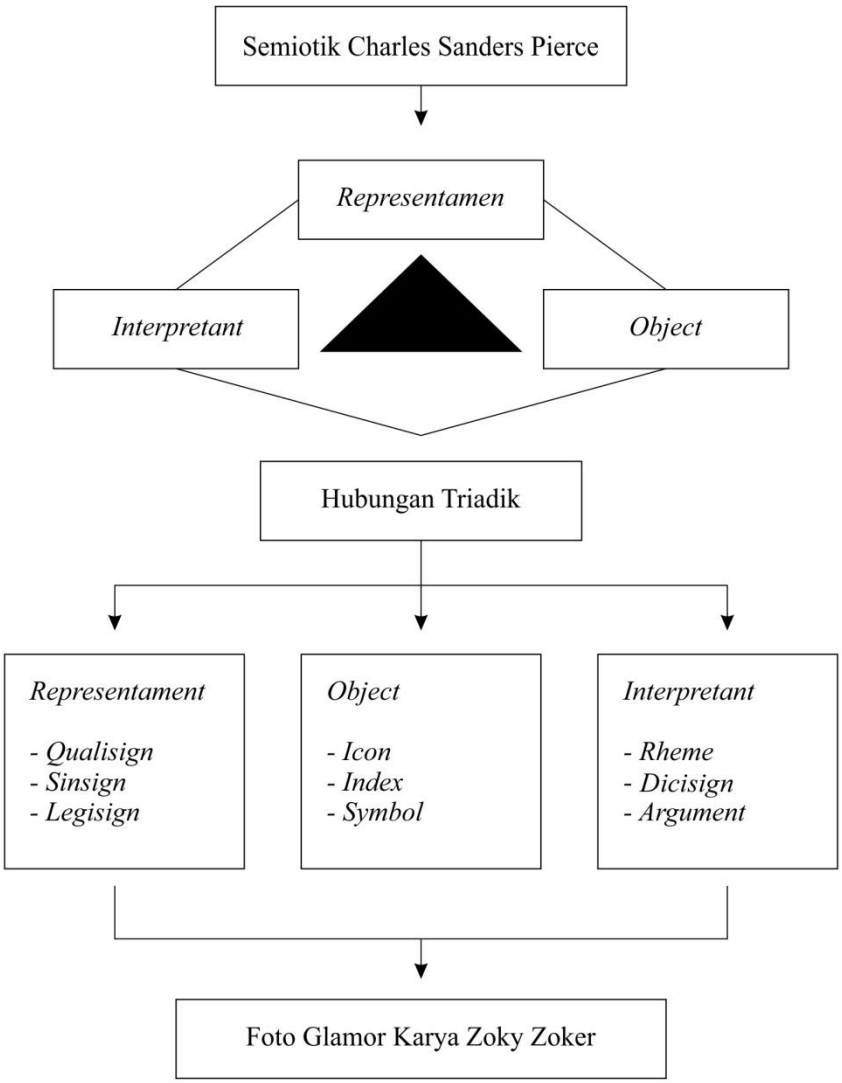
Penggunaan foto glamor akan begitu menonjol ketika posisi objek foto mampu menceritakan hal-hal yang sesuai dengan keadaan sekitar pengambilan foto. Ini dapat menimbulkan perasaan tersendiri mengenai foto tersebut. Dalam kosepnya, setiap fotografer yang mempunyai tema glamor harus memiliki kreatifitas tinggi dalam menciptakan foto glamor yang khas dan karakteristik.

Foto glamor mempunyai peran terhadap sang pelihat foto. Sehingga pelihat foto mampu mengungkapkan bahwa foto tersebut bagus atau tidak. Bagus tidaknya foto tergantung dari ketiga poin di atas yaitu sentuhan kosmetik, pencahayaan, dan tata ruang. Foto glamor identik mewah. Sebelum fotografer melakukan pengambilan gambar, fotografer biasanya memiliki peralatan khusus untuk menghadapi tema foto glamor. Dan permintaan tersebut harus di penuhi untuk hasil yang memuaskan bagi penonton.

Dalam kerangka konseptual ini, peneliti mengaplikasikan teori yang digunakan sebagai landasan penelitian dengan keadaan di lapangan tentang semiotika Charles Sanders P**i**erce mengenai foto glamor yang menjadi salah satu karya fotografer Zoky Zoker. Berdasarkan pemaparan diatas, dapat dibuat bagan alur pemikiran guna mempermudah kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

Gambar 2.3

Kerangka Konseptual Model Charles Sanders Pierce



Sumber : Peneliti, 2014