BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Peneliti pada bab ini akan menjelaskan mengenai teori yang relevan, studi literatur, dokumen atau arsip yang telah dilakukan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian.

2.1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevansi dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan referensi pendukung, pelengkap, serta pebanding sehingga lebih memadai.

Tabel rekapitulasi penelitian terdahulu yang relevan sehingga dijadikan sebagai acuan antara lain sebagai berikut.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penyusun/Tahun	Perbedaan	Hasil penelitian
1	**Representasi Misi Kemanusiaan Dalam Film Fiksi Ilmiah Gravity**(*Analisis Semiotika Roland Barthes mengenai*	**Dwiyan Septiyana Taufiq 2015 Universitas Komputer indonesia**	Persamaan dari penelitian ini pada pendeketan yang digunakan yaitu pendeketan kualitatif dengan semiotika dari Roland Barthes.	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat tiga makna sesuai dengan semiotika Roland Barthes. Makna denotatif seorang astronot sedang

No	Judul	Penyusun/Tahun	Perbedaan	Hasil penelitian
	Makna Misi Kemanusiaan dalam Film Fiksi Ilmiah Gravity) (2015)		Sedangkan Perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti peneliti meneliti sebuah foto jurnalistik sedangkan peneliti ini sebuah film ilmiah Gravity	melaksanakan misi untuk memperbaiki kapal huble telescope dan saling menyelamatkan saat terjadi bencana luar angkasa. Makna konotatif dengan saling menolong astronot ketika bencana hujan puing luar angkasa. Sedangkan mitos merupakan sebuah tanda misi memperbaiki kapal hubble telescope bisa selesai
2	**Analisis Semiotika Pada Salah Satu Foto Di Akun Instagram**	**Ashila Nur Fathia** Universitas Pasundan **(2017)**	Persamaan dari penelitian ini pada pendeketan yang digunakan yaitu	Hasil penelitian maka diperoleh bahwa Foto ini seolah menceritakan

No	Judul	Penyusun/Tahun	Perbedaan	Hasil penelitian
	Bonnella Shoes		pendeketan kualitatif dengan semiotika dari Roland Barthes. Sedangkan Perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti peneliti meneliti sebuah foto jurnalistik sedangkan penelitian ini meneliti sebuah foto di media instgaram akun BONNELLA SHOES	tentang pergi kemanapun dengan Bonnella Shoes adalah pilihan yang tepat, Kota Paris yang identik dengan kota Fashion menambah kuat pesan tentang sepatu yang ingin disampaikan oleh model tersebut
3	**Analisis Semiotik Foto Berita Tentang Makna Peristiwa Banjir Di Kabupaten Bandung Pada Harian Umum "Galamedia" Dan "Bandung Ekspres**	**Yuwana Tri Aditya** Universitas Komputer Indonesia (**2010**)	Persamaan dari penelitian ini pada pendeketan yang digunakan yaitu pendeketan kualitatif dengan semiotika dari Roland Barthes. Sedangkan Perbedaannya	Hasil penelitian terdapat denotasi, konotasi dan mitos makna peristiwa dalam foto pada Harian Umum Galamedia dan Bandung ekpres.

No	Judul	Penyusun/Tahun	Perbedaan	Hasil penelitian
			terletak pada objek dan subjek yang akan diteliti, peneliti meneliti sebuah foto jurnalistik tentang makna nilai kemanusiaan	

Sumber Peneliti 2017

2.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu kegiatan yang sering dilakukan oleh setiap manusia. Setiap aspek dalam kehidupan d ipengaruhi oleh komunikasi kita dengan orang lain

> Kata komunikasi atau c*ommunication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "*sama*," *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti "*membuat sama*" (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana,2007:46).

Komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari dalam lubuk hati. Banyak definisi-definisi tentang komunikasi muncul dan berkembang dari masa ke masa. Banyaknya definisi tersebut setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni

komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi.

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemamfaatan 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 Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek" ilmu komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampain informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy, 2001:10)

Hovland juga menungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampain informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Tetapi dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland mengatakan Komunikasi adalah proses mengubah prilaku orang lain (*communication is the process to modify the behafavior of other individuals*). Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu,

tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal itu bisaterjadi apabila komunikasi yang disampaikanya bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar di mengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif.

Menurut Wilbur Schramm, seorang ahli komunikasi kenamaan, dalam karyanya "*Communication Research In The United States*". Menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni panduan pengalaman dan pengertian (*collection of expreiences and meanings*) yang pernah di peroleh komunikan.

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 :

1. Sumber *(Source*)
2. Komunikator (*Encoder*)
3. Pertanyaan/Pesan (*Message*)
4. Komunikan (*Decoder*)
5. Tujuan (*Destination*), (Susanto, 1988;31)

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas, merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur 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 Effect?*.

2.2.1 Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003:188, dalam Ardianto dkk, 2012:3), yakni : komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat dilihat bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa itu bukan komunikasi massa

Media komunikasi yang termasuk media massa adalah:

> Radio siaran dan televisi-keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah keduanya disebut sebagai media cetak; serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop (Ardianto, dkk, 2012:3).

Sedangkan menurut ahli komunikasi lainnya, Joshep A. Devito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisinya dalam dua *item*, yakni:

> "*Pertama*, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa

> banyaknya. Ini bukan berarti bahwa khalayak meliputi seluruh produk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. *Kedua*, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio siaran, surat kabar, majalah, dan film" (Effendy, 19:26 dalam Ardianto, 2012:5-6).

Dari beberapa pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

2.2.1.1 Fungsi Komunikasi Massa

Harus diakui bahwa komunikasi massa itu memiliki fungsi, menurut Dominick (2001) fungsi tersebut terdiri dari:

1. ***Surveillance*** (pengawasan)

   Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang suatu ancaman; fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

2. ***Interpretation*** (penafsiran)

   Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau

ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca, pemirsa atau pendengar untuk memperluas wawasan

3. ***Linkage*** (pertalian)

   Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4. ***Transmission of Values*** (penyebaran nilai-nilai)

   Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, Media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

5. ***Entertainment*** (hiburan)

   Radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan, melalui berbagai macam acara di radio siaran pun masyarakat dapat menikmati hiburan. Meskipun memang ada radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita.

> Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali (Dominick, 2001, dalam Ardianto. dkk. 2012:14).

Menurut DeVito dalam bukunya *Komunikasi Antar Manusia* (1996, dalam Ardianto. dkk. 2012:19), ada tiga masalah pokok dalam fungsi media massa.

> *Pertama*, setiap kali kita menghidupkan pesawat televisi, radio siaran maupun membaca surat kabar, kita melakukannya karena alasan tertentu yang unik. *Kedua*, fungsi yang berbeda bagi setiap pemirsa secara individual. Program televisi yang sama dapat menghibur satu orang, mendidik yang lain, mempengaruhi seseorang atau sekelompok orang. *Ketiga*, fungsi yang dijalankan komunikasi massa bagi sembarang orang yang berbeda dari satu waktu kewaktu yang lain. Komunikasi massa bisa menjadi alat pemersatu atau alat olah sosialisai.

2.2.1.2 Bentuk-Bentuk Media Massa

Media massa dapat dikategorikan yakni media massa cetak, media elektronik dan media *on-line* (Internet), setiap media memiliki bentuk karakteristik yang khas, menurut Ardianto (2012:103) bentuk-bentuk media massa yaitu:

A. ***Surat Kabar***

Merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan media massa yang lainnya. Surat kabar dapat dikelompokan berbagai kategori yaitu: surat

kabar lokal, regional, dan nasional. Ditinjau dari bentuknya berupa surat kabar biasa/Koran dan tabloid.

B. ***Majalah***

Keberadaannya sebagai media massa terjadi tidak lama setelah surat kabar. Tipe majalah ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju.

C. ***Radio***

Siaran merupakan media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Hampir satu abad lebih keberadaannya. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya (Dominick.2000:242).

D. ***Televisi***

Penemuannya telah melalui berbagai eksperimen yang dilakukan oleh para limuwan akhir abad 19 dengan dasar penelitian yang dilakukan oleh James Clark Maxwell dan Heinrich Hertz, serta Marconi pada tahun 1890. Dari semua media massa yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia.

E. ***Film***

Sebagai alat komunikasi massa yang muncul didunia, mempunyai massa pertumbuhannya pada akhir abad ke 19 (Oey Hong Lee, 1965:40)

F. ***Internet***

Asal mulanya oleh suatu ledakan tak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya Arpanet, suatu proyek eksperimen Kementrian Pertahanan Amerika Serikat (Laquey,1997:t.h). Pengguna internet menggantungkan pada situs untuk memperoleh berita dan berkomunikasi menggunakan internet.

2.3 Pengertian Fotografi

Fotografi berasal dari dua kata, yaitu *"photos"* dan *"graphoo"*. Dalam bahasa Yunani, *photos* berarti cahaya dan *graphoo* berarti menulis atau melukis, sehingga "fotografi" dapat diartikan "melukis dengan cahaya". Sebagai istilah fotografi secara umum merupakan kegiatan permbuatan gambar dengan lensa dan film yang peka cahaya. Film yang dimaksud adalah sebuah plastik yang tembus cahaya yang dilapisi dengan emulasi garam perak halida (Priatna, 2007:1).

Sudarma (2014:2) memberikan pengertian bahwa media foto adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Media foto atau istilahkan dengan fotografi merupakan sebuah media yang bisa digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting.

Fotografi, menurut Rober Sobieszek dari *International Musium of Photography*, telah menanamkan pengaruh yang besar di dalam cara kita memandang dunia (Zoelverdi, 1985:7). Jadi, dapat disimpulkan bahwa fotografi adalah suatu pekerjaan dalam membuat foto, dan pekerjaan itu meliputi memotret, mencuci film dan mencetak foto.

Untuk membuat foto, dibutuhkan kamera, lensa, dan film serta cahaya yang cukup. Dalam menghasilkan sebuah foto yang baik juga membutuhkan adanya sebuah komposisi yang seimbang. Komposisi secara sederhana diartikan sebagai cara menata elemen-elemen dalam gambar, elemen-elemen ini mencakup garis, *shape*, *form*, warna, terang dan gelap. Yang paling utama dari asepk komposisi adalah menghasilkan *visual impack* (sebuah kemampuan untuk menampaikan perasaan yang anda inginkan untuk berekspresi dalam foto).

Fotografi terbagi menjadi beberapa jenis, antara lain foto *fashion*, foto *art*, *still* foto, dan foto Jurnalistik. Foto Jurnalistik dibagi menjadi dua katagori yaitu foto tunggal/*feature* dan foto esai yang lebih di kenal dengan sebutan foto *story*.

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 keselurhuan objek.

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

Teknik ini disebut dengan teknik memotret aspek dalam teknik ini meliputi komposisi, *angle*, ruang tajam (*focusing*), dan *framing*. (Nugrahajati 2011).

1. Komposisi

   Komposisi adalah elemen-elemen yang tampak pada foto. Komposisi merupakan cara mengatur elemen-elemen atau objek dalam suatu foto agar hasilnya bisa memberikan deskripsi secara tepat. Hal-hal yang perlu diataur adalah besar kecilnya suatu posisi suatu objek, gelap terangnya cahaya, presentase sebuah objek antara yang satu dengan yang lain, bentuk-bentuk lengkungan, garis posisinya dan lain-lain sebagainya. Foto artistik dan foto ilmiah harus berbeda komposisinya walaupun elemen-elemenya sama.

2. *Angle* (Sudu Bidik)

   Posisi saat membidik berkaitan erat dengan gambar yang akan dihasilkan. Pengambilan posisi ini dikenal denga istilah angle atau sudut bidik. Suatu objek foto harus dieksekusi dengan angle yang tepat agar maksud dari foto tersebut dapat tersampaikan. Secara garis besar ada tiga angle yang biasa

dipakai untuk memotret, yaitu; low angle, high angle, front angle (Nugrahajati 2011)

a) *Low angle*, posisi ini fotografer berada pada posisi lebih rendah dari objek foto yang dibidiknya. Kesan yang dihadirkan dari *low angle* adalah kesan gagah, besar, tingga, dan kokoh.

b) *High angle*, mengharuskan fotografer untuk memotret dari ketinggian atau lebih tinggi dari benda yang dipotretnya. Posisi ini digunakan untuk menciptakan kesan luas, lapang, dan untuk memunculkan kesan landscape.

c) *Eye angle*, adalah posisi yang paling banyak dipakai dalam pemotretan. Dalam posisi ini, fotografer berada sejajar dengan benda atau objek yang dipotret, walaupun tidak harus selalu berhadap-hadapan.banyak foto untuk keperluan jurnalism model, *still life*, *human interest*, *wedding*, dan kehidupan liar yang menggunakan posisi ini.

3. Ruang Tajam (*focusing*)

Ruang tajam merupakan penekanan ketajaman pada suatu objek, ruang tajam digunakan untuk memberikan perbedaan fokus sehingga foto yang dihasilkan dapat memberikan deskripsi yang tepat. Pengunaan fungsi ruang tajam sebagai

contoh, pada foto modeling ruang tajam digunakan untuk mengekspos bagian tubuh yang terlhiat menarik seperti mata atau bibir, atau bisa juga dilakukan untuk mengisolasi suatu orang dari beberapa orang yang terdapat dalam frame foto.

4. *Framing*

Makna atau tujuan dari sebuah *framing* dalam teknik fotografi adalah salah sebuah cara untuk lebih memfokuskan object *(POI) Point Of Interest* dengan suatu benda atau object lain yang masuk dalam bidang foto, sehingga *POI* akan lebih menarik dan terfokus.

Kegunaan *framing* meliputi :

a) Membuat foto yang dihasilkan memiliki konteks, seperti contoh; menggambarkan tempat dan situasi dari obyek dari celah dalam jendela.
b) Memberikan kesan kedalaman ruang atau ruang tajam,
c) Untuk membimbing bidikan tertuju pada obyek atau POI yang dimaksud.
d) Untuk memperkuat foto jika menemui suatu kondisi yang terlalu datar atau luas. Sehingga memberikan efek batasan pada foto.

2.3.2 Jenis-Jenis Fotografi

Kategori foto didalam fotografi dibuat untuk mempermudah klasifikasi foto. Klasifikasi foto sering digunakan pada lomba, pameran fotografi, dan sebagai aspek penentu jenis fokus pekerjaan fotografer. Kategori foto merupakan hasil kesepakatan antara fotografer untuk menentukan kriteria-kriteria. Berikut adalah kategori foto yang pada umumnya digunakan.

1. **Abstrak**

   Foto abstrak adalah foto yang mengutamakan keindahan komposisi gambar, seperti permainan warna dan bentuk, tekstur, dan elemen-elemen grafis. Fotografi abstrak bisa menghasilkan foto yang sangat dramatis. Cenderung mengangkat bentuk, warna, dan lekuk dari pada detail sebuah obyek. Kategori foto abstrak bisa juga disebut kategori foto *fine art* karena perlu melibatkan konsep yang menitikberatkan teori-teori seni.

2. **Arsitektur**

   Fotografi dan arsitektur merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Hubungan antara fotografi dan arsitektur terwujud dalam rekam obyek-obyek dan elemen-elemen arsitektural. Fotografi arsitektur mengabadikan obyek-byek arsitektural dalam perspektif yang benar dan pencahayaan yang matang. Keseimbangan hubungan antara teori fotografi dengan prinsip

arsitektur menjadi kunci dalam foto kategori ini. Sehingga kaidah-kaidah kedua elemen antara fotografi dan arsitektur tertuang dalam satu hasil foto. Obyek foto yang dibidik dalam kategori fotografi ini adalah keindahan sebuah bangunan yang dibuat dari pemikiran manusia seperti gedung, jembatan, menara, dan lain sebagainya

3. Budaya

Obyek foto budaya adalah kegiatan dan pelaku budaya tradisional, kontemporer, modern. Contoh foto kategori budaya adalah tari-tarian, festival atau acara kebudayaan seperti, ngaben di Bali, acara Gunungan di Yogyakarta, dan lain sebagainya.

4. Fashion

Foto *fashion* adalah hasil foto yang menampilkan situasi *fashion*, baik pakaian, aksesori, maupun hal lain yang digunakan oleh model. Foto ini diambil secara khusus dengan menggunakan bantuan seorang model sebagai peraga busana. Foto kategori ini dapat dikelompokkan dalam foto komersial.

5. Jurnalistik

Foto yang diambil untuk merekam atau mengabadikan suatu peristiwa penting dalam kehidupan sehari-hari, seperti kecelakanan, bencana alam, kemacetan, kerusuhan, dan lain sebagainya. Foto kategori ini merupakan elemen pendukung

berita sehingga harus mampu menjelaskan secara umum peristiwa yang terjadi dengan menggunakan pendekatan komunikasi.

6. Landscape

Obyek foto *landscape* adalah pemandangan alam dengan penggabungan unsur-unsur alam yang hidup dengan yang tak hidup seperti tanah, air, langit, atau mengkombinasikan ketiganya.

7. Potrait

Foto-foto dengan obyek manusia baik secara individual maupun kelompok dengan gaya potrait guna menonjolkan unsur personalitas subyek foto.

8. Manusia

Obyek foto kategori manusia adalah manusia degan aktivitas keseharian baik secara indivisu maupun kelompok, ditujukan untuk menampilkan ekspresi dan mood dari subyek. Foto kategori manusia dapat disebut dengan kategori *human interest*.

9. Produk atau Komersial

Foto yang dibuat untuk kepentingan komersial, umumnya berupa promosi atau iklan. Foto kategori produk dapat diselesaikan dengan menggunkan kategori foto still life

untuk benda mati, fashion untuk busana, dan manusia atau model untuk ekspresi wajah dan postur tubuh.

10. ***Still Life***

    Foto-foto benda mati yang diatur secara khusus untuk membentuk komposisi yang indah dan seakan-akan berbicara atau hidup.

11. **Makro**

    Jenis kategori makro lebih menonjolkan detail yang tajam. Prinsip foto ini adalah membingkai sebuah obyek dengan pembesaran 1;2 atau 1;1, seperti serangga, tetesan embun, kelopak bunga, dan lain sebagainya.

12. ***Wild life***

    Obyek foto *wild life* adalah hewan dan tumbuhan beserta aktivitas kehidupan yang ada di alam liar. Foto ini biasa digunakan sebagai pendukung penelitian dan komersial.

13. **Panggung (*stage*)**

    Obyek foto panggung adalah segala aktivitas yang dilakukan di atas panggung. Elemen kategori foto ini adalah manusia, kegiatan dan dekorasi yang memperindah panggung. Contoh foto dengan kategori panggung adalah foto suasana pementasan musik, foto suasana pementasan drama di atas panggung, bahkan foto yang menggambarkan suasana kampanye di atas panggung.

2.3.3 Sejarah Foto Jurnalistik

Pada awalnya foto jurnalistik hanyalah sebagai foto pendukung sebuah penerbitan saja. Namun dalam perkembangannya foto jurnalistik tak lagi sebagai foto pelengkap, tetapi foto jurnalistik berkembang pesat dan mampu menjadi sebuah foto berita secara mandiri berdiri tersendiri, yang mampu menghebohkan dunia. Dan kini foto jurnalistik tidak lagi hanya sebagai islustrasi (penglengkap) sebuah naskah berita di dalam sebuah penerbitan saja.

Pada tahun 1915, *The Ilustrated London News* menampilkan foto Perang Dunia ke-1 dengan memperhitungkan tata letak. Itu pun dengan susunan secara mozaik. Pada saat itu, selain hambatan dalam teknologi cetak bentuk kamera yang besar dan lensa dengan bukaan rana yang kecil membuat pekerjaan fotografer menjadi lamban. Walaupun berusaha sebaik mungkin menyusun foto "kerumunan" orang untuk menggambarkan keriuhan dalam acara "Hari Peletekan Senjata" di tahun 1915. Tetapi kesemuanya itu belum terlihat usaha untuk menceritakan secara lengkap atau memperbesar foto yang bagus untuk lebih memperkuat cerita dan semua foto berukuran sama (Kesuma,2007:8).

2.3.4 Foto Jurnalistik Sebagai Komunikasi Visual

Menurut Frank P.Hoy dalam bukunya yang berjudul *Photojournalism the Visual Approach*,

> Fto jurnalistik adalah komunikasi yang dilakukukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan

> ekspresi pribadi (Alwi,2004:4). Foto Jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audiences*).

Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.

Foto Jurnalistik adalah sebuah berita yang disajikan dalam bentuk foto, bisa sebagai tulisan, bisa pula secara tunggal dengan tulisan minim mendampinginya. Jumlahnya pun bisa satu dan bisa pula lebih, tergantung pada kepeluan dan kelayakannya (Zoelverdi, 1995:9).

Sementara menurut Motuloh dalam buku Foto *Jurnalistik Suatu Pendekatan Visual dengan Suara Hati*, memaparkan bahwa;

> Foto jurnalistik ialah medium sajian untuk menyampaikan beragam bukti visual atas berbagai peristiwa pada masyarakat seluas-luasnya, bahkan hingga kerak dibalik peristiwa tersebut, dalam tempo yang sesingkat-singkatnya".(1994: 7).

Berdasarkan definisi di atas tentang foto jurnalistik, maka dapat disimpulkan bahwa foto jurnalistik adalah komunikasi wartawan dengan orang banyak secara singkat dan segera tentang pandangan terhadap suatu objek melalui foto, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan eksperimen pribadi foto. Foto tersebut bisa sebagai pendamping tulisan, bisa pula secara tunggal tulisan minim mendampinginya.

2.3.5 Karakteristik Foto Jurnalistik

Wilson Hick menjabarkan tujuh karakteristik Foto Jurnalistik dalam salah satu cabang ilmu komunikasi, yaitu sebagai berikut.

1. Dasar foto Jurnalistik adalah gabungan antara gambar dan kata. Keseimbangan data tertulis pada teks dan gambar adalah mutlak.

Foto berita dapat mengungkapkan cara pandang terhadap subjeknya, pesan yang disampaikan lebih penting daripada sekedar ungkapan pribadi. *Caption* sangat membantu suatu gambaran bagi masyarakat

2. Medium Foto Jurnalistik biasanya tercetak, kantor berita, koran atau majalah, tanpa memperhatikan tirasnya, berbeda sekali dengan keberadaan foto penerangan yang muatannya adalah kisah sukses dan positif, maka informasi yang disebarkan dalam foto jurnalistik adalah sebagaimana adanya, disajikan sejujur-jujurnya.
3. Lingkup foto jurnalistik adalah manusia, itu sebabnya foto jurnalistik harus mempunyai kepentingan mutlak pada manusia. Posisinya berada puncak piramida sajian dan pesan visual. Ginny Souwort menyimpulkan, merangkul manusia adalah pendekatan prioritas bagi foto jurnalistik, karena kerja dengan subjek yang bernama manusia adalah segala-galanya dalam profesi tersebut.
4. Bentuk liputan foto jurnalistik adalah suatu upaya yang muncul dari bakat dan kemampuan seseorang foto jurnalistik yang bertujuan melaporkan beberapa aspek dari berita itu sendiri. Menurut Chick Harrity, yang cukup lama bergabung dengan *Ap* dan *US news and Report*, tugas foto jurnalistik adalah

melaporkan berita sehingga memberi kesan pada pembaca seolah-olah mereka hadir dari peristiwa tersebut.

5. Foto jurnalistik adalah fotografi komunikasi, dimana komunikasi bisa diekspresikan seorang foto jurnalis melalui subjeknya, objek pemotretan hendaknya mampu dibuat berperan aktif dalam gambar yang dihasilkan sehingga lebih pantas menjadi subjek akftif.
6. Pesan yang disampaikan dari suatu hasil visual foto jurnalistik harus jelas dan segera dipahami seluruh lapisan masyarakat.
7. Foto jurnalistik membutuhkan tenaga penyunting yang handap, berwawasan visual, luas, populis, arif, jeli dalam menilai karya foto yang dihasilkan, serta mampu membina dan membantu mematangkan ide atau konsep sebelum memberi penugasan

Dari berbagai karakteristik yang disebutkan diatas, menunjukan bahwa foto jurnalistik tidak hanya sekedar foto biasa, namun memiliki banyak pesan didalamnya bagi pembaca berita. Maka dari itu berita di Surat Kabar sering dipertegas melalui sebuah foto.

2.3.6 Nilai Suatu Foto Jurnalistik

Seorang yang mempelajari fotojurnalistik, harus mengerti pembuatan foto tunggal dan keterangan foto, bahkan pembuatan foto esai pun sangat tergantung pada kemampuan dalam membuat foto tunggal yang bercerita. Pada semua katagori foto jurnalistik paduan gambar dan tulisan

mempunyai bobot yang sama karena harus bisa menangkap perhatian pembaca dan memperkuat irama cerita

Menurut John Whiting, dalam bukunya *Photography is a Language*, fotografi adalah seperti sebuah alat untuk mengungkapkan ide dan emosi. Emosi sebaik fakta yang terjadi, foto dapat menghasilkan perbedaan persepsi yang unik (Kusuma, 2007:7).

Foto dapat menimbukan tafsiran yang dapat memperlihatkan sudut pandang fotografer atau intelektualitasnya pendapat atau sikap terhadap subjek. Seorang wartawan foto harus mengetahui betul ceritanya dan bagaimana dapat memasukan semua bagian penting saat membingkat sebuah peristiwa. Juga harus mempertanyaakan hasil pemotretannya.

Seorang fotografer harus tahu nilai-nilai suatu foto sebagai berikut.

1. *Aktualitas*, semakin hangat suatu kejadian, semakin besar minat yang ditimbulkan.
2. *Hubungan yang dekat*, Semakin dekat suatu kejadian dengan pembaca semakin mudah menarik perhatian.
3. *Luar Biasa*, kejadian yang luar biasa membuat berita yang selalu dibicarakan dan ingin diketahui orang.
4. *Prominasi*, foto-foto mengenai tokoh terkenal dan terkemuka selalu menarik untuk diperhatikan tingkah lakunya.
5. *Penting*, peranan suatu foto tergantung pada pengaruh foto terhadap pembaca. Semakin sedikit pemabaca yang tertarik, semakin tidak ada artinya untuk di muat.

6. *Human Interst*, foto-foto yang mengandung gambar manusia biasanya memberikan kepada pembaca kepada cuplikan kehidupan nyata.

2.3.7 Katagori dan jenis-jenis foto Jurnalistik

Terdapat dua katagori dari foto jurnalistik yaitu foto tunggal (*feature*) dab foto esai/*story*. Foto *story* mempunyai sifat yang sama dengan esai tulisan, yaitu mengandung opini dari suatu sudut pandang. Namun dalam praktiknya, mempunyai kekhasan karena esai foto di samping terdiri atas tulisan, juga terdiri atas foto yang merupakan elemen utama, sementara tulisan yang menyertainnya hanya pelengkap sifatnya. Maka konsekuensinya, foto harus mampu menggantikan kata-kata, sementara hal-hal yang tidak bisa digambarkan oleh foto, terungkap sebagai naskah (Prasetya, 1996:52).

Banyak pendapat mengenai jenis-jenis foto yang digunakan untuk keperluan media massa cetak. Menurut Sugandi dalam buku pedoman Pelatihan Fotografi Jurnalistik Untuk Humas Pemda Se-Jawa Barat mengatakan bahwa untuk mempermudah mengenalinya, jenis-jenis foto jurnalistik bisa dibedakan berdasarkan penyajiannya yaitu

1. Foto *Hard News*

   Foto berita hangat yang nilai keaktualitasannya sangat diutamakan disamping nilai beritanya sehingga dalam penyampaiannya melalui media tidak bisa ditunda, dan keberadaan captions wajib guna mempertegas maksud dari

foto tersebut. Foto *Hard News* bisa berdiri sendiri atau tidak terkait berita tulisan tergantung. Contoh foto ini seperti foto peristiwa kebakaran, banjir, pembunuhan, ledakan bom, kunjungan pejabat tinggi negara, peringatan hari kemerdekaan, dan yang lainnya.

2. Foto *Soft News*

   Foto berita ringan atau dikenal dengan foto *feature* yang penyajiannya masih bisa dilakukan kapan saja sehingga tidak ada istilah basi dari foto tersebut, keberadaan caption masih diperlukan. Contoh dari foto *soft news* seperti kegiatan petani teh, kehidupan penjaga rel kereta api, konser group musik, kehidupan anak-anak jalanan dan lain sebagainya.

3. Foto *filler*

   Foto pengisi yang biasanya digunakan hanya untuk mengisi tulisan pada media massa cetak atau sebagai ilustrasi. Bentuk foto *filler* sangat berbeda dengan kedua jenis diatas, keberadaan captions pada foto filler tidak diperlukan dan peranannya hanya untuk memperdalam atau gambaran terhadap isi tulisan. Foto filler bisa berbentuk profil yang hanya menampilkan sosok seseorang dan juga berbentuk foto berita tanpa dibarengi sebuah captions. (2006 : 15)

Untuk jenis foto *Hard news* dan *soft news* tersebut dapat disampaikan dalam bentuk satu foto tunggal (*single picture*) disertai teks

foto yang bisa berdiri sendiri, atau menyertai berita tulis dan disiarkan dengan foto seri/esai (*photo story*/photo esay) yaitu foto terdiri lebih dari satu atau banyak namun tetap memiliki satu tema. Foto *hard news* sering diistilahkan dengan foto berita, sedangkan foto *soft news* sering disamakan dengan foto *features.*

2.3.8 Syarat Fotografi Jurnalistik

Syarat foto jurnalistik selain mengandung berita dan secara fotografi (*fotografis*) foto juga harus mencerminkan etika atau norma hukum baik dari segi pembuatannya maupun penyiarannya sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik. Menurut LKBN (Lembaga Kantor Berita Nasional) *Antara dalam buku* mengatakan foto jurnalistik jika dikaitkan dengan Kode Etik Jurnalistik hendaknya tidak menyiarkan ;

1. Gambar seorang tertuduh dalam suatu perkara
2. Gambaryang menampilkan kesadisan dan ketidak-senonohan.
3. Gambar yang tidak etis /elegan
4. Gambar dari mereka yang masuk “daftar hitam” politis, kecuali dalam kasus-kasus tertentu
5. Gambar yang bersifat mengiklankan/mempromosikan lembaga-lembaga swasta serta produk. (2001 : 97)

Sah atau tidaknya sebuah foto jurnalistik juga sangat dijaga ketat keberadaannya, artinya manipulasi dalam foto jurnalistik sangat diharamkam walaupun kemajuan teknologi sangat memungkinkan dengan adanya media *editing* foto. Walaupun disediakan media editing untuk me-

retouch foto itu hanya bertujuan mempertegas, memperindah gambar tanpa adanya retouching yang berlebihan. Selain teknis pemotretan syarat lain dalam foto jurtnalistik adalah keberadaan captions/teks foto untuk menunjang isi foto tersebut

2.3.9 Etika Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik tidak semata-mata foto yang bebas menampilkan kekerasan atau foto yang tidak memperhatikan hak azasi yang ada didalamnya. Foto jurnalistik memiliki aturan khusus yang merupakan kesepakatan pewarta foto di seluruh dunia. Aturan tersebut biasa disebut etika foto jurnalistik.

Louis A. Day dalam bukunya, *Ethics in Media Commication: Cases and Controversies* yang dikutip oleh Wijaya dalam bukunya, *Foto Jurnalistik Dalam Dimensi Utuh* mengharapkan setidaknya tiga hal mengenai Etika, yaitu Kredibilitas, integritas dan kesopanan.

Untuk meningkatkan keyakinan masyarakat pada profesi jurnalistik Perhimpunan jurnalis foto profesional dunia yang dikenal dengan sebutan *National Press Photographers Association (NPPA)* merumuskan kode etik foto jurnalistik pada tahun 2004 di Amerika.

Wijaya dalam bukunya, *Foto Jurnalistik Dalam Dimensi Utuh* mengkutip isi kode etik tersebut:

1. Akurat dan menyeluruh dalam merepresentasikan subjek.
2. Menolak termanipulasi kesempatan foto sandiwara.

3. Melengkapi dan menetapkan konteks saat memotret atau merekam subjek. Hindari stereotip individu dan kelompok. Mengakui dan bekerja untuk menghindari menyajikan bias sendiri dalam pekerjaan.
4. Perlakukan semua subjek dengan hormat dan bermartabat. Berikan pertimbangan khusus untuk subjek yang rentan diserang dan kasihanilah korban tindak kejahatan atau tragedi. Mengganggu saat-saat pribadi kesedihan hanya ketika masyarakat memiliki kebutuhan utama dan dibenarkan untuk melihat.
5. Ketika memotret subjek jangan dengan sengaja menambah, mengubah, atau berusaha mengubah atau mempengaruhi peristiwa.
6. Editing harus mempertahankan integritas konten gambar foto dan konteks. Jangan memanipulasi gambar atau menambahkan atau mengubah suara dengan cara apapun yang dapat menyesatkan pembaca atau salah menggambarkan subjek.
7. Jangan membayar sumber atau subjek atau memberi imbalan material untuk informasi dan pertisipasinya.
8. Jangan menerima hadiah, bantuan, atau kompensasi dari mereka yang mungkin berusaha untuk mempengaruhi peliputan.
9. Jangan dengan sengaja menyabotase upaya jurnalis lain (2011 : 119-120).

Untuk menjadi seorang pewarta foto, naluri, pengalaman, dan kematangan seorang fotografer sangat mempengaruhi hasil liputan yang ada, dimana seorang pewarta foto sebelumnya harus mengetahui medan apa saja yang akan ia hadapi, sebelum pada akhirnya moment tersebut ia abadikan.

2.4 Tinjauan Kemanusiaan

Kemanusiaan berasal dari kata manusia, yang memiliki potensi, pikiran, rasa, karsa dan cipta. Karna potensi ini manusia menempati kedudukan dan martabat yang tinggi di bandingkan dengan mahluk hidup yang lain. Potensi kemanusiaan dimiliki oleh semua manusia di dunia, tanpa memandang ras, keturunan, fisik, bentuk dan warna kulit, serta bersifat universal yang harus di miliki setiap umat manusia di dunia yang dapat melindungi dan memperlakukan manusia sesuai dengan hakikat manusia yang bersifat manusiawi. Dalam menerapkan sikap kemanusiaan dapat dilakukan dengan menolong sesama manusia yang membutuhkan, gotong royong, dan kepedulian mereka terhadap sesamanya.

Dalam psikologi dijelaskan bahwa kemanusiaan adalah sebuah sikap rendah hati atau tindakan pro-sosial. Kemanusiaan sendiri merupakan sifat positif yang bentuknya adalah kemampuan menjaga hubungan interpersonal. Peterson & Seligman dalam bukunya *Character Strength and Virtues* (2004) menyatakan bahwa kemanusiaan adalah kemampuan untuk mencintai, berbuat kebaikan sehingga mampu beradaptasi dengan

lingkungan. Awalnya dibangun melalui hubungan interpersonal yang kemudian meluas pada hubungan sosial.

Peterson & Seligman dalam bukunya *Character Strength and Virtues* (2004) mengklasifikasikan kemanusiaan menjadi tiga kekuatan karakter, yaitu: love, kindness, dan social intelligence.

1. ***Love*** **(Cinta)**

   Love merupakan kondisi kognitif, konatif dan afektif seseorang. Dipahami sebagai kemampuan untuk menerima, memberikan cinta, kepedulian pada diri sendiri dan orang lain dengan menerima kelebihan dan kekurangan yang dimiliki (Peterson & Seligman, 2004). Kelley, dalam Peterson & Seligman (2004) berpendapat bahwa love ada pada diri individu untuk menghadapi masalah kehidupan sehari-hari. Peterson & Seligman (2004) mengelompokkan *love* dalam tiga bentuk yaitu: yang pertama *love* menjadi sumber utama kasih sayang, perlindungan, dan perawatan. Kedua, *love* bagi individu yang membuat orang lain merasa aman, menghibur, membantu dan mendukung orang lain, berkorban, serta menempatkan kebutuhan orang lain di atas kebutuhan kita. Terakhir, *love* yang melibatkan hasrat untuk kelekatan seksual, fisik dan emosional dengan individu yang kita anggap spesial dan membuat kita merasa special. *Lov*e dapat memiliki bentuk yang berbeda untuk waktu yang berbeda.

Suatu hubungan bisa saja dibentuk oleh satu bentuk saja dan kemudian memperoleh bentuk *love* lainnya. Hubungan romantis merupakan hubungan yang unik karena merupakan satu-satunya ikatan sosial yang memiliki tiga bentuk *love.*

2. *Kindness* (Kebaikan Hati)

Peterson & Seligman (2004) mendefinisikan kindness Kindness mendorong untuk bersikap baik, murah hati, dan menolong orang lain secara suka rela sekalipun orang yang ditolong tidak dikenal. Kekuataan ini memiliki dua komponen utama, yaitu simpati dan empati. Hal ini berkaitan erat dalam hal kemanusiaan, dalam arti semua orang berhak mendapat perhatian dan pengakuan tanpa alasan tertentu, namun hanya karena mereka memang berhak mendapatkannya. Kindness ini tidak didasarkan pada prinsip timbal-balik, pencapaian reputasi, atau hal lain yang menguntungkan diri sendiri, meskipun efek tersebut bisa saja muncul.

3. *Social Intelligence* (Kecerdasan Sosial)

Social intelligence adalah kemampuan untuk mengenal dan mempengaruhi diri sendiri dan orang lain, sehingga dapat beradaptasi di lingkungan dengan baik (Peterson & Seligman,2004). Peterson & Seligman mengelompokkan inteligensi kedalam tiga jenis, yaitu:

a) Personal: Melibatkan pemahaman dan penilaian terhadap diri sendiri secara akurat, termasuk kemapuan memotivasi diri, emosional dan proses dinamis.
b) Emosional: mengarah pada kemampuan untuk menilai semua yang berkaitan dengan emosional sebagai sumber penilaian untuk bertindak tepat.
c) Sosial: berkaitan dengan hubungan sosial yang melibatkan kedekatan, kepercayaan, persuasi, keanggotaan kelompok, dan kekuatan politik. Secara konseptual, ketiga inteligensi saling berkaitan, tetapi secara empiris keterlibatannya tidak dapat dipahami dengan baik.

2.4.1 Nilai-Nilai Kemanusiaan

Nilai-nilai kemanusian secara umum berarti moral yaitu menyaran pada pengertian (ajaran tentang) baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban, dan sebagainya: ahlak, budi pekerti, susila (Kamus Besar Indonesia,2002;123).

Menurut Koenjaraningrat, nilai-nilai kemanusiaan (nilai etika atau mural) yaitu sesuatu yang menyangkut kelakuan dan perbutan manusia yang sesuai dengan norma dan menghormati martabat manusia. Nilai-nilai kebenaran sama dengan nilai-nilai kemanusian, yaitu sifat-sifat (hal-hal) penting atau berguna dalam kehidupan (Nurgiyantoro 2010:320).

Sada (2011:6) mengemukakan nilai-nilai kemanusiaan (*Human Values*) mempunyai kata Manusia yang berarti bahwa nilai-nilai ini adalah unik untuk umat manusia dan bukan untuk binatang, dan nilai-nilai kemanusiaan harsulah universal yang artinya tidak bergantung pada ras, kelompok, tadisi dan kebudayaan. Oleh karena itu, nilai-nilai kemanusiaan adalah nilai-nilai yang harus dipahami dan diamalkan oleh seluruh umat manusia.

Institute of Satyhya Sai Education yang dikutip oleh Chibber (dalam Clarry Sada *http://jhv.sagepub.com*) mengemukakan lima macam nilai-nilai kemanusiaan, yaitu (1) nilai kebenaran, (2) nilai kedamaian, (3) nilai cinta atau kasih., (4) nilai perilaku yang benar atau kebijakan, dan (5) nilai tanpa kekerasan. Secara lebih rinci, nilai-nilai kemanusiaan tersebut diartikan sabagai berikut:

1. Kebenaran adalah suatu yang tidak berubah dan bersifat kekal. Kebenaran mungkin diungkapkan atau dinyatakan melalui berbagai jalur, nama dan bentuk tetapi kebenaran itu selalu satu. Unsur-unsur nilai-nilai kebenaran.
2. Kedamaian adalah suka cita dan ketenangan yang muncul dari dalam diri. Kedamaian membutuhkan kemampuan seseorang untuk berintrospeksi dan bersadar diri sehingga orang akan mampu menata pikiran, perkataan dan kebutuhannya. Pikiran yang jernih membutuhkan kedisplinan untuk melakukan intropeksi diri dan

merenungkan pengalamannya. Oleh karenanya kedamaian sejati membutuhkan suatu usaha tanpa harus memperhitungkan untung atau rugi, berhasil atau gagal, kepedihan atau kebahagian. Unsur-unsur kedamaian antara lain ketenangan, konsentrasi, daya tahan, ketabahan, kesucian, disiplin diri, dan menghormati diri sendiri.

3. Cinta atau cinta kasih adalah belas kasih murni yang memotivasi pelayanan pamrih demi kebaikan bagi orang lain. Cinta kasih mungkin lebih baik diungkapkan atau dinyatakan sebagai energi yang meresap pada seluruh jiwa manusia. Oleh karenanya, cinta atau kasih bukan sekedar perasaan emosi atau nafsu saja. Melainkan sesuatu yang lebih mendalam dan lebih mendasar dari hakekat manusia. Dalam sejarah umat manusia, cinta memegang peranan yang utama dalam menyatukan keragaman yang ada dijagad ini, cinta bukan hanya dimiliki oleh manusia, namun cinta juga dimiliki oleh seluruh mahluk hidup di jagad ini. Unsur-unsur lain Cinta kasih adalah kepedulian, penyerahan, empati, kesabaran, dan persahabatan.
4. Perilaku yang benar atau kebijakan adalah berprilaku yang benar atau bersikap yang benar. Perilaku tersebut adalah sifat yang diturunkan dari kemurahan hati dan cinta kasih seseorang kepada orang lain. Perilaku yang benar dalam

suatu tindakan akan menjadi kebijakan. Perilaku yang benar berasal dari kata Sanskrit “Dharma: yang mencakup sejumlah kode dari etik, sifat etis dan moral kejujuran dan keadilan. Semuanya bermakna “lakukan yang baik, lihat yang baik dan berkelakuan baik”. Perilaku yang benar atau kebajikan sebagai “payung” perilaku manusia dimaksudkan menjadi tuntunan manusia dalam mencapai keinginannya. Misalnya orang harus mampu memanfaatkan waktu, energi, uang, makanan secara sadar dan benar. Dengan demikian, perilaku yang benar akan terbentuk melalui proses pendidikan panjang. Unsur-unsur nilai perilaku yang benar atau kebajikan adalah kebersihan, semangat juang, tujuan kewajiban, kejujuran, dan pelayanan terhadap orang lain.

5. Tanpa kekerasan adalah puncak dari semua nilai-nilai kemanusian yang telah disebutkan di atas. Wujud dari nilai tanpa kekerasan adalah taat dan menghormati hukum alam, dan hukum dan peraturan. Nilai tanpa kekerasan merupakan cerminan wujud daripada moralitas dan integritas sehingga perdamaian dunia dan keharmonisan global akan tercapai apabila etik tanpa kekerasan dapat diwujudkan dalam kehidupan dunia. Unsur-unsur nilai tanpa kekerasan dalah kesadaran akan tanggungjawab sebagai warga negara, kasih

sayang, mempertimbangkan orang lain, tidak berbahaya, suka menolong, dan keadilan.

2.5 Tinjauan Tentang Semiotik

2.5.1 Semiotik Secara Umum

Semiotik sebagai suatu model dari pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan ‘tanda’. Menurut Saussure, persepsi dan pandangan kita tentang realitas, dikonstruksikan ole kata-kata dan tanda-tanda yang lain yang digunakan dalam konteks sosial. Secara etimologis istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani “*semeion*” yang berarti ’tanda’ atau s*eme*, yang berarti ”penafsir tanda” (Sobur,2004:16). Semiotik kemudian didefinisikan sebagai studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja.

Secara terminologis, semiotik didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajar sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebaga tanda. Pada hakikatnya, semiotik merupakan ilmu yang mempelajari tentan tanda-tanda, lambang-lambang, sistemsistemnya serta proses pelambangan.

Semiotik merupakan ilmu yang mempelajari hubungan antara *sign* (tanda-tanda) berdasarkan kode-kode tertentu. Art van Zoest dan Sudjiman (1992 : 5) mendefinisikan semiotika merupakan studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. Semiotika menurut Pierce (dalam Ratna, 2009

:256) bersinonim dengan logika karena pemahaman mengenai tanda-tandalah yang justru memungkinkan manusia untuk berpikir dan bernalar. Dalam perkembangan berikutnya semiotika didefinisikan sebagai studi sistematis yang melibatkan produksi dan interpretasi tanda dalam proses pemaknaan.

2.5.2 Semiotika dan Komunikasi

Dalam proses komunikasi manusia, penyampaian pesan menggunakan bahasa, baik verbal maupun nonverbal. Bahasa terdiri atas simbol-simbol, yang mana simbol tersebut perlu dimaknai agar terjadi komunikasi yang efektif. Manusia memiliki kemampuan dalam mengelola simbol-simbol tersebut. Kemampuan ini mencakup empat kegiatan, yakni menerima, menyimpan, mengolah, dan menyebarkan simbol-simbol. Kegiatan-kegiatan ini membedakan manusia dengan mahluk lainnya (Samovar.1981:135).

Susan Langer menyatakan bahwa seluruh mahluk hidup menggunakan simbol sebagai alat untuk berkomunikasi. Perbedaan antara manusia dengan binatang, menurutnya, adalah pada cara memahami simbol-simbol yang diterima. Binatang emang dapat merespons, melainkan juga menciptakan simbol-simbol bermakna yang digunakan untuk berkomunikasi. (Vera, 2014:6)

Untuk memahami bahasa verbal maupun nonverbal maka dibutuhkan suatu ilmu yang mempelajari hal tersebut. Dalam kaitan ini, yaitu semiotika/semiologi, ilmu tentang tanda-tanda. Kaitan penting antara

komunkasi dam semiotika adalah komunikasi secara sederhana dedefinisikan sebagai proses pertukaran pesan, dimana pesan terdiri atas tiga elemen terstruktur, yaitu tanda dan simbol, bahasa, dan wacana (Little John,2002). Pesan dalam komunikasi yang melibatkan tanda-tanda tersebut harsulah bermakna (memiliki makna tertentu bagi pemakainya), karenanya tanda (dan maknanya) begitu penting dalam komunikasi, sebab fungsi yang utama tanda (*sign*) adalah untuk membangkitkan makna.

2.6 Kerangka Pemikiran

Semiotika menaruh perhatian pada apapun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat pada suatu waktu tertentu. Dengan begitu, semiotika pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari apapun yang bisa digunakan untuk menyatakan suatu kebohongan. Jika sesuatu tersebut tidak dapat digunakan untuk mengatakan suatu kebohongan, sebaliknya tidak bisa digunakan uuntuk mengatakan kebenaran (Breger, 200 dalam Sobur, 2009:18).

Mengenai Foto jurnalistik karya Tauseef Mustafa yang mengangkat aksi kemanusiaan Ratu Yordania terhadap pengungsi Rohingya. Dalam foto tersebut terdapat tanda-tanda kemanusiaan yang dilakukan oleh Ratu Yordania dengan asumsi tidak semua tanda yang disampaikan melalui foto yang terdapat pada media foto tersebut dapat

dengan mudah dipahami oleh khalayak awam. Pada hakikatnya kemanusiaan adalah perbuatan yang menyangkut norma-norma manusia dan menghormati martabat manusia. Kemanusiaan disini mengacu kepada tindakan kamanusiaan positif yang dilakukan oleh Ratu Yordania, yang tedapat pada foto jurnalistik karya Tauseef Mustafa.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan semiotik. Hal itu dilakukan mengingat bahwa semiotik merupakan suatu pendekatan yang menekankan pada aspek penggalian makna terhadap tanda dalam suatu foto. Endraswara menyebutkan bahwa tanda sekecil apa pun dalam pandangan semiotik tetap diperhatikan. Pendekatan semiotik yang akan dipakai adalah semiotik model Roland Barthes. Dimulai dari melihat dan memperhatikan foto karya jurnalistik Tauseef Mustafa, peneliti meraskan adanya prilaku kemanusiaan yang terjadi dalam foto tersebut.

Melihat dari kejadian-kejadian yang terjadi sebagaimana dijelaskan di atas, maka peneliti meneliti foto jurnalistik karya Tauseef Mustafa “Pengungsi Rohingya dikunjungi Ratu Yordania” sebagai penggambaran kemanusiaan dalam sebuah gambar foto. Makna- makna yang terdapat di dalam foto yang akan menjadi makna denotatif, konotatif hingga bisa menghasilkan sebuah mitos atau ideologi akan dibahas dalam penelitian ini.

Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat

pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti.

Barthes berpendapat bahwa konotasi dipakai untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda dalam tatanan pertandaan kedua. Konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung tatkala tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya. Ini terjadi kala makna bergerak menuju subjektif atau setidaknya intersubjektif. Semuanya itu berlangsung ketika interpretant dipengaruhi sama banyaknya oleh penafsir dan objek atau tanda. Bagi Barthes, faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama. Penanda tatanan kedua merupakan tanda konotasi.. Lewat unsur verbal dan visual (*non verbal*), diperoleh dua tingkatan makna, yakni makna denotatif yang didapat pada semiosis tingkat pertama dan makna dekatan semiotik terletak pada tingkat kedua atau pada tingkat *signified*, makna pesan dapat dipahami secara utuh (Barthes, 1998:172-173)

Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya dengan menekankan interaksi antara

teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikena dengan "*order of signification*", mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal).

Barthes dalam Sobur (2013: 15) menyebutkan bahwa semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda

Barthes melakukan terobosan penting dalam tradisi semiotika konvensional yang dahulu pernah berhenti pada kajian tentang bahasa. Semiotika model Barthes memungkinkan kajian yang mampu menjangkau wilayah kebudayaan lain yang terkait dengan *popular culture* dan media massa. Bahkan dalam pandangan George Ritzer (Barthes adalah pengembang utama ide-ide Saussure pada semua area kehidupan sosial (Hermawan, 2011: 251).

Barthes melontarkan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya. Fiske menyebut model ini sebagai signifikasi dua tahap (*two order of signification*). Lewat model ini Barthes menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier

(penanda) dan *signified* (petanda). Ini disebut Barthes sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara menggambarkannya (Wibowo, 2011: 17).

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes memperjelas sistem signifikasi dua tahap dalam gambar berikut.

Tabel 2.2
Peta Tanda Roland Barthes

<table>
<tr><td>1. Signifier
(Penanda)</td><td>2. Signified
(Petanda)</td></tr>
<tr><td colspan="2">3. Denotative Sign
(Tanda Denotatif)</td></tr>
<tr><td>4. CONNOTATIVE SIGNIFIER
(PENANDA KONOTATIF)</td><td>5. CONNOTATIVE SIGNIFIED
(PETANDA KONOTATIF)</td></tr>
<tr><td colspan="2">6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)</td></tr>
</table>

Sumber : Alex Sobur, "Semiotika Komunikasi" (Bandung, Remaja Rosdakarya,2013)

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Penanda merupakan tanda yang kita persepsi yang dapat ditunjukkan dengan warna atau rangkaian gambar yang ada dalam objek yang diteliti. Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda

denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Sementara itu petanda konotatif (5) menurut Barthes adalah mitos.

1. **Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama (Denotasi)**

   Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda. Jadi dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Dalam hal ini, denotasi justru diasosiasikan dengan ketertutupan makna (Sobur,2009:70).

   Menurut Lyons (dalam Sobur,2009:263) denotasi adalah hubungan yang digunakan dalam tingkat pertama pada kata yang secara bebas memegang peranan penting di dalam ujaran.

   Harimurti Krisdalaksana (dalam Sobur,2009:263) mendefinisikan denotasi sebaga makna kata atau sekelompok kata yang didasarkan atas penunjukkan yang lugas pada sesuatu di luar bahasa atau yang didasarkan atas konvensi tertentu dan sifatnya objektif. Denotasi dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang sesungguhnya bahkan kadang juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi yang secara tradisiona disebut denotasi ini biasanya mengacu pada penggunaan bahasa dengan arti yang sesua dengan apa yang terucap. Di dalam semiologi

Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama sementara konotasi merupakan tingkat kedua.

Makna denotasi bersifat langsung yaitu makna khusus yang terdapat pada sebuah tanda pada dasarnya meliputi hal-hal yang ditunjuk oleh kata-kata yang disebut sebagai makna referensial, makna yang biasa kita temukan dalam kamus. Keraf (dalam Sobur,2009:265) mengungkapkan bahwa makna denotasi (*denotative meaning*) disebut juga dengan beberapa istilah seperti makna denotasional, makna kognitif, makna konseptual atau ideasional, makna referensial atau makna proposisional. Disebut makna denotasional, referensial, konseptual, atau ideasional karena makna itu menunjuk pada (*denote*) kepada satu *referen*, konsep atau ide tertentu dari sebuah *referen*. Disebut makna kognitif karena makna itu bertalian dengan kesadaran atau pengetahuan. Dan makna ini disebut juga dengan makna proposisional pernyataan yang bersifat faktual. Jika kita mengucapkan sebuah kata yang mendenotasikan suatu hal tertentu, maka itu berarti kata tersebut menunjukkan, mengemukakan dan menunjuk pada hal itu sendiri. Misalnya kata ‘ayam’ mendenotasikan atau merupakan sejenis unggas teretntu yang memiliki ukuran tertentu, berbulu, berkotek dan menghasilkan telur.

Dengan uraian diatas untuk melihat makna nilai kemanusiaan dalam foto jurnalistik karya Tauseef Mustafa “Pengungsi Rohingya

Dikunjungi Ratu Yordania", Peneliti akan mengeanalisis tanda denotasi yang terdapat pada foto tersebut.

2. Sistem Penandaan Tingkat Kedua (Konotasi)

Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasin tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain, Fiske (dalam Sobur,2009:128) mengatakan bahwa denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya.

Konotasi menempatkan denotasi sebagai penanda terhadap petanda atau *signified* baru sehingga melahirkan makna konotasi *(second order signification*). Penanda dalam pemaknaan konotasi terbentuk melalui tanda denotasi yang digabungkan dengan petanda baru atau tambahan sehingga tanda denotasi akan sangat menentukan signifikas selanjutnya.

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Konotasi mengacu pada makna yang menempel pada suatu kata karena sejarah pemakainya.

Jika denotasi sebuah kata adalah objektif kata tersebut, maka konotasi sebuah kata adalah makna subjektif atau emosionalnya. Arthur Asa Berger (Sobur,2009:263) mengemukakan bahwa konotasi melibatkan simbol-simbol, historis dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional. Makna konotatif bersifat subjektif dalam pengertian bahwa ada pergeseran dari makna umum (denotatif) karena sudah ada penambahan rasa dan nilai tertentu. Kalau makna deotatif hampir bisa dimengerti banyak orang, maka makna konotatif hanya bisa dicerna oleh mereka yang jumlahnya lebih kecil.

Keraf (dalam Sobur,2009:266) mengungkapkan bahwa konotasi atau makna konotatif disebut juga makna konotasional, makna emotif atau makna evaluatif. Makna konotatif adalah suatu jenis makna dimana stimulus dan respons mengandung nilai-nilai emosional. Makna konotatif sebagaian terjadi karena pembicara ingin menimbulkan perasaan setuju-tidak setuju, senang-tidak senang dan sebagainya pada pihak pendengar.

Konotasi sebagai makna kedua dari tanda dapat juga ditampilkan melalui teknik -teknik visual. Dalam video maupun gambar terkandung level produksi yang berbeda (*Framing, lay out, technical treatment, choice*). Untuk memunculkan sebuah makna konotasi, Barthes (2010:6) menyusun tahap-tahap konotasi. Agar dipahami dengan jelas, tiga tahap pertama (*trick effect, pose and*

object) harus dibedakan dengan tiga tahap terakhir (*photogenia, aesthetisicm dan sintax*). Tahap ini sudah sering didengar dan tidak dijelaskan dengan detail, tetapi hanya diposisikan secara struktural.

a) *Trick Effeck* (efek tiruan)

Trick effect memanfaatkan kreadibilitas yang dimiliki oleh foto. *Trick effec*t merupakan syarat konotasi yang melihat teknik-teknik visual yang terdapat dalam shot. Seperti kita lihat merupakan kekuatan luar biasa denotasi mengelupas pesan yang seolah-olah hanya bersifat denotatif belaka, tetapi sarat dengan muatan konotatif. Metode ini memanipulasi atau meniadakan beberapa hal atau mengubah latar warna. *Trick effect* bisa mengubah hal penting dalam suatu scene atau mungkin berperan minor seperti pencahayaan atau kontras warna.

b) *Pose* (sikap)

Ketika berbicara tentang pose, otomatis kita langsung teringat kepada objek tubuh. Pose merupakan komunikasi *non verbal* yang dilihat melalui bahasa tubuhnya. Metodenya misalnya dilakukan dengan cara menampilkan gambar setengah tubuh, tatapan mata ke atas, kedua tangan menyatu. Gerakan-gerakan diatas jika ditampilkan akan terlihat seseorang yang seolah-olah berdoa.

c) *Object* (objek)

Pengaturan sikap atau posisi objek mesti sunguuh-sungguh diperhatikan karena makna akan diserap dari objek yang diambil. Daya tarik akan semakin besar apabila objek yang digunakan bisa merujuk pada jejaring ide tertentu (rak buku merujuk pada intelektualitas) atau kalau mau lebih rumit lagi, simbol-simbol berkesan dalam masyarakat (pintu kamar gas yang menjadi tempat eksekusi mati seorang tahanan merujuk pada pintu gerbang pemakaman dalam mitologi kuno). Objek-objek ini bisa menjadi elemen luar biasa bagi proses pertandaan

d) *Photogenia* (fotogenia)

Teori tentang *photogenia* merupakan aspek-aspek teknis dalam produksi foto seperti pencahayaan dan pencetakkan hasil (Barthes, 2010;10). Dalam *photogenia*, pesan konotatif adalah gambar itu sendiri yang ‘diperhalus’ dengan teknik-teknik pencahayaan dan pengurangan bias cahaya. Melalui ‘permainan’ pencahayaan sebuah *scene* bisa ditampilkan secara lebih dramatis atau romantis.

e) *Aesthetisicm* (estetis)

Aestheticism erat kaitannya dengan ‘seni’. *Aestheticism* berhubungan dengan keindahan. Dalam suatu *scene* bisa ditemukan gambaran yang sudah diatur begitu rupa hingga tampak seperti lukisan. Ide-ide yang terkandung dalam *aestheticism* mirip dengan seni lukis. *Aestheticism* melihat pada makna keseluruhan makna gambar layaknya lukisan. Jika gambar biasa hanya menampilkan sosok, benda, dan menawarkan fakta saja tetapi *aestheticism* melihat secara keseluruhan. Gambar pedesaan di sore hari ketika matahari terbenam misalnya bisa diartikan sebagai ketenangan atau kedamaian

f) *Syntax* (sintaksis)

Syntax adalah gabungan yang membentuk makna. Jika kelima syarat diatas hanya melihat scene per *scene* maka *syntax* melibatkan beberapa *scene* untuk melihat makna yang terkandung di dalamnya.

Dengan uraian diatas untuk melihat makna nilai kemanusiaan dalam foto jurnalistik karya Tauseef Mustafa “Pengungsi Rohingya Dikunjungi Ratu Yordania”, Peneliti akan mengeanalisis tanda konotasi yang terdapat pada foto tersebut. Peneliti akan melihat tanda konotasi dengan enam tahapan *trick effect, pose , object photogenia, aesthetisicm dan sintax*

3. Mitos

Budiman (dalam Sobur,2009:71) mengatakan dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebutnya sebagai mitos dan berfungsi untuk memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku pada periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda, dan tanda. Namun Sobur (2009:71) mengatakan sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya. Dengan kata lain, mitos adalah juga suatu sistem pemaknaan tataran kedua.

Kata ‘mitos’ berasal dari bahasa Yunani ‘*myhtos*’ yang berarti ‘kata’, ‘ujaran’, ‘kisah tentang dewa-dewa’. Sebuah mitos adalah narasi yang karakter-karakter utamanya adalah para dewa, para pahlawan dan makhluk mistis, plotnya berputar disekitar asal muasal benda-benda atau di sekitar makna benda-benda dan settingnya adalah dunia metafisika yang dilawankan dengan dunia nyata. Pada tahap awal kebudayaan manusia, mitos berfungsi sebagai teori asli mengenal dunia. Seluruh kebudayaan telah menciptakan kisah-kisah untuk menjelaskan asal-usul mereka (Danesi, 2010:207). Menurut Urban (Sobur, 2009:222) mitos adalah cara utama yang unik untuk memahami realitas. Menurut Molinowski (Sobur, 2009:222) mitos adalah pernyataan purba tentang realitas yang lebih relevan.

Mitos menciptakan suatu sistem pengetahuan metafisika untuk menjelaskan asal-usul, tindakan dan karakter manusia selain fenomena dunia. Sistem ini adalah suatu sistem yang secara instingtif kita ambil bahkan hingga saat ini untuk menyampaikan pengetahuan tentang nilai-nilai dan moral awal kepada anak-anak. Di dalam mitos pula sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda. Dengan mempelajari mitos, kita dapat mempelajari bagaimana masyarakat yang berbeda menjawab pertanyaan-pertanyaan dasar tentang dunia dan tempat bagi manusia didalamnnya. Kita dapat mengkaji mitos untuk mempelajari bagaimana orang-orang mengembangkan suatu sistem sosial khusus dengan banyak adat-istiadat dan cara hidup, da juga memahami secara lebih baik nilai-nilai yang mengikat para anggota masyarakat untuk menjadi suatu kelompok.

Menurut Barthes pada saat media membagi pesan, maka pesan-pesan yang berdimensi konotatif itulah yang menciptakan mitos. Pengertian mitos disini tidak senantiasa menunjuk pada mitologi dalam pengertian sehari-hari, seperti halnya cerita-cerita tradisional, legenda dan sebagainya. Bagi Barthes mitos adalah sebuah cara pemaknaan dan Ia menyatakan mitos secara lebih spesifik sebagai jenis pewacanaan atau tipe wacana.

Barthes menyatakan bahwa mitos merupakan sistem komunkasi juga, karena mitos ini pada akhirnya sebagai penanda

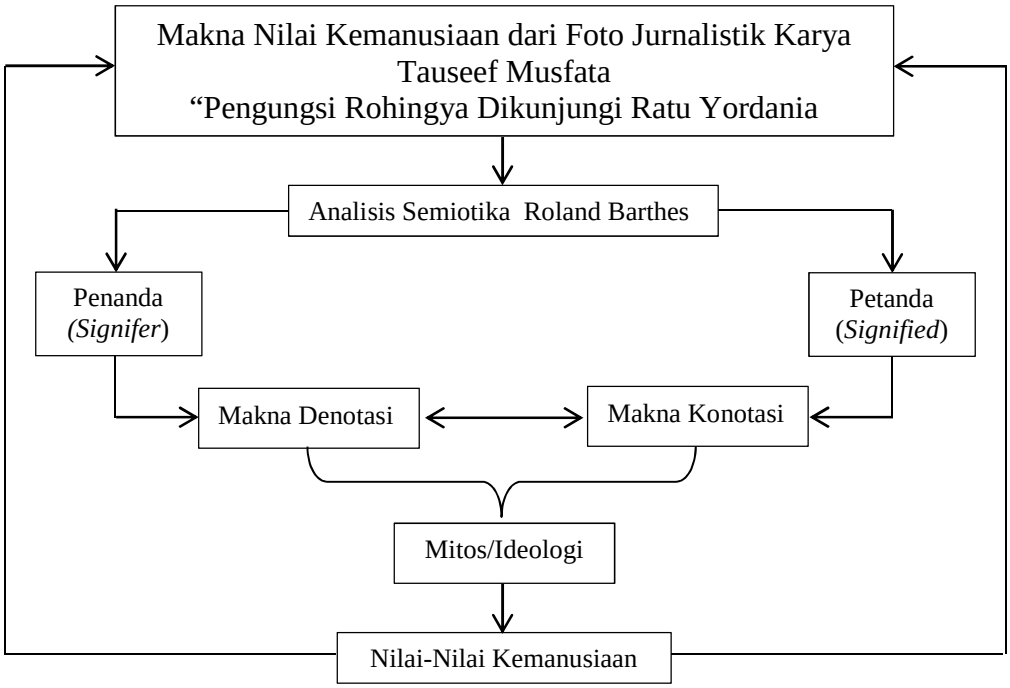
sebuah pesan tersendiri. Mitos tidaklah dapat digambarkan melalui obyek pesannya, melainkan melalui cara pesan tersebut disampaikan. Apapun dapat menjadi mitos, tergantung dari caranya ditekstualisasikan. Sering dikatakan bahwa ideologi bersembunyi di balik mitos. Suatu mitos menyajikan serangkaian kepercayaan mendasar yang terpendam dalam ketidaksadaran representator (Hermawan,2011:253).

Mitos merupakan wadah sebuah ideologi terwujudkan. Hal ini mitos menjelaskan bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami aspek dari realitas atau gejala alam yang muncul. Mitos bukan sebuah konsep atau ide tetapi merupakan suatu cara pemberian arti. Secara etimologis, mitos merupakan suatu jenis tuturan. Mitos tidak didefinisikan oleh objek pesan melainkan dengan cara menuturkan pesan tersebut. Suatu bentuk masyarakat yang berorientasi pada masa lalu atau bentukan sejarah bersifat atau kekal

Mitos pada dasarnya adalah semua yang mempunyai modus representasi. Mitologi yang merupakan substansi dari mitos ini mempelajari tentang ide-ide dalam suatu bentuk mitos yang berurusan dengan semiologi. Semiologi berkaitan dengan dua isilah yakni, penanda (significant) dan petanda (signified), dan kemudian bertautan lain dengan istilah *sign* (tanda).

Berdasarkan konseptual di atas maka peneliti mengkaji melalui alur pemikiran sebagai berikut.

Gambar 2.1
Alur Pemikiran Peneliti



Sumber Peneliti 2017