

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Analisis Semiotika

Tanda-tanda (*Signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Little Jhon dalam Sobur, 2016:15). Manusia dengan perantara tanda-tanda, dapat melakukan komunikasi dengan sessamanya. Banyak hal bias dikomunikasikan didunia ini. Semiotika adalah ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan didunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.

Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*Humanity*) memaknai hal-hal (*Things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknani berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi system terstruktur dari tanda (Barthes dalam Kurniawan dalam Sobur, 2016:15).

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*Meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda (Little Jhon dalam Sobur, 2016:16). Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan symbol,

bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lechte (dalam Sobur, 2016:16), adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* ‘tanda-tanda’ dan berdasarkan pada *sign system (code)* ‘sistem tanda’ (Segers dalam Sobur, 2016:16) . Secara etimologis istilah *semiotik* berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco dalam Sobur ,2009:95). Istilah *Semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau asklepiadik dengan perhatiannya pada simtomatologi dan diagnostic inferensial (Sinha dalam Kurniawan dalam Sobur, 2009:95). “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya, asap menandai api.

Charles Sanders Peirce mendefinisikan semiotika sebagai studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, yakni cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang

mempergunakannya (Van Zoest dalam Vera, 2014:2). Menurut Jhon Fiske, semiotika adalah studi tentang pertanda dan makna dari system tanda; ilmu tentang tanda, tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna (Jhon Fiske dalam Vera, 2014:2).

Semiotika sering diartikan sebagai sebuah ilmu signifikasi, dipelopori oleh dua orang, yakni ahli linguistik Swiss, Ferdinand De Saussure(1857-1913) dan seorang pragmatis Amerika, Charles Sanders Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak mengenal satu sama lain. Saussure di Eropa dan Peirce di Amerika Serikat. Saussure menyebut ilmu yang dikembangkannya semiologi (*semiology*).

Semiologi menurut Saussure, didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada dibelakangnya system perbedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Dimana ada tanda disana ada system (Hidayat dalam Vera, 2014: 3). Sedangkan Peirce menyebut ilmu yang dibangunnya semiotika (*semiotics*). Bagi Peirce ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat ditetapkan pada segala macam tanda (Berger dalam Vera, 2014:3).

Dalam perkembangan selanjutnya, istilah (Peirce) lebih populer daripada istilah semiologi (Saussure).

Peirce yang biasanya dianggap sebagai pendiri tradisi semiotik Amerika, menjelaskan modelnya secara singkat: Sebuah tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu di dalam beberapa hal atau kapasitas tertentu. Tanda menuju pada seseorang, artinya, menciptakan didalam benak orang tersebut. Tanda yang sepadan, atau mungkin juga tanda yang lebih sempurna. Tanda yang tercipta dibenak tersebut saya namakan *interpretant* (hasil interpretasi) dari tanda yang pertama. Tanda mewakili sesuatu, *objeknya (its object)* (Zeman dalam Fiske, 2014:70).

Mansoer Pateda (Rusmana dalam Vera, 2014:4) menyebutkan Sembilan macam semiotik.

1. Semiotik analitik, yakni smiotik yang menganalisis system tanda. Peirce menyatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisanya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambing, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada objek tertentu.
2. Semiotik deskriptif, yakni semiotik yang memperhatikan system tanda yang dapat dialami oeh setiap orang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang. Misalnya, langit mendung sebagai tanda bahwa hujan akan segera

turun, merupakan tanda permanen dengan interpretasi tunggal (monosemiotik).

3. Semiotic faunal (*zoosemiotics*), yakni semiotik yang menganalisis system tanda dari hewan-hewan ketika berkomunikasi diantara mereka dengan menggunakan tanda-tanda tertentu, yang sebagiannya dapat dimengerti oleh manusia. Misalnya, ketika ayam jantan berkokok pada malam hari, dapat dimengerti sebagai penunjuk waktu, yakni malam hari sebentar lagi berganti siang. Induk ayam berkotek-kotek sebagai pertanda ayam itu telah bertelur atau ada yang mengganggunya.
4. Semiotik kultural, yakni semiotik yang khusus menelaah system tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Oleh karena itu, semua suku, bangsa atau negara memiliki kebudayaan masing-masing, maka semiotika menjadi metode dan pendekatan yang diperlukan untuk ‘membedah’ keunikan, kronologi, kedalaman makna, dan berbagai variasi yang terkandung dalam setiap kebudayaan tersebut.
5. Semiotik naratif, yakni semiotik yang menelaah system tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*foklorer*).
6. Semiotik natural, yakni semiotik yang menelaah system tanda yang dihasilkan oleh alam. Misalnya, Badan Metereologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) melihat ‘awan yang bergulung diatas kota jakarta’, sebagai dasar perkiraan ‘hujan

akan turun mengguyur kota Jakarta'. Misal lainnya, petir yang menyertai hujan menandakan bahwa terdapat awan yang bergulung tebal, dan hujan dipastikan akan turun dengan lebat.

7. Semiotik normatif, yakni semiotik yang menelaah system tanda yang dibuat manusia yang berwujud norma-norma.
8. Semiotik social, yakni semiotik yang menelaah system tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang yang berwujud kata ataupun kalimat. Ancangan ini dipraktikkan oleh Halliday. Tokoh yang satu ini memaksudkan judul bukunya *language and social semiotik*, sebagai semiotik social yang terdapat dalam bahasa.
9. Semiotic structural, yakni semiotik yang menelaah system tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

Semiotika sering digunakan dalam analisis teks (meskipun lebih dari sekedar analisis tekstual). Perlu dicatat bahwa sebuah 'teks', baik verbal maupun nonverbal bisa eksis dalam media apapun. Istilah teks biasanya mengacu pada pesan yang telah dibuat dalam beberapa cara (tulisan, rekaman audio dan video) sehingga secara fisik, antara pengirim dan penerima tidak terikat satu sama lain. Teks adalah kumpulan tanda-tanda (seperti kata-kata, gambar, suara dan/atau gerakan) yang dikonstruksikan (dan diinterpretasikan) dengan mengacu pada konvensi yang terkait dengan genre dan media komunikasi tertentu (Chandler dalam Vera, 2014:8).

Tradisi semiotika tidak pernah menganggap terdapatnya kegagalan pemaknaan, karena setiap ‘pembaca’ mempunyai pengalaman budaya yang relative berbeda, sehingga pemaknaan diserahkan kepada pembaca. Dengan demikian, istilah kegagalan komunikasi (*communication failure*) tidak erah berlaku dalam tradisi ini karena setiap orang berhak memaknai teks dengan cara yang berbeda. Maka makna menjadi sebuah pengertian yang cair, tergantung pada *frame* budaya pembacanya (Jhon Fiske dalam Vera, 2014:8).

Barthes, dalam bukunya yang berjudul *The Death of Author* mengatakan bahwa dalam memahami teks, pengarang dianggap mati. Dengan kata lain, setelah teks diciptakan oleh pengarang maka pemaknaan diserahkan pada pembaca teks tersebut. Dalam bahasanya, Barthes menyatakan bahwa “kelahiran pembaca pastilah dibayar dengan kematian pengarang”. Teks ditangan pembaca seolah-olah bebas, agresif, terkelupas, tanpa campur tangan penciptanya.

Pembacaan teks media massa tidaklah sesederhana yang dibayangkan, wacana media sering memerlukan pemahaman yang mendalam, karena bahasa media banyak mengandung makna misterius, disinilah perlunya semiotika untuk membongkar makna-makna yang masih tersembunyi.

Bidang kajian semiotika atau semiologi adalah mempelajari fungsi tanda dalam teks, yaitu bagaimana memahami system tanda yang ada dalam teks yang berperan membimbing pembacanya agar bisa

menangkap pesan yang terkandung didalamnya. Dengan ungkapan lain, semiologi berperan untuk melakukan interogasi terhadap tanda-tanda yang dipasang oleh penulis agar pembaca bisa memasuki bilik-bilik makna yang tersimpan dalam sebuah teks. Seorang pembaca, ibarat pemburu harta karun yang bermodakan peta, harus paham terhadap sandi dan tanda-tanda yang menunjukkan dimana “makna-makna” itu disimpan dan kemudian dengan bimbingan tanda-tanda baca itu, pintu makna dibuka (Hidayat dalam Vera, 2014:9).

Ada beberapa pendekatan dalam analisis tekstual untuk kajian isi media dan komunikasi selain semiotika, yaitu analisis retorika, analisis wacana, dan analisis isi. Metode analisis isi (*content analysis*) menggunakan pendekatan kuantitatif dalam membongkar teks media, sedangkan metode semiotika bertujuan membongkar makna konotatif yang tersembunyi dalam teks media secara menyeluruh. Maka penelitian semiotika jarang menggunakan pendekatan kuantitatif (Chandler dalam Vera, 2014:9), karena pemaknaan seseorang terhadap teks dipengaruhi banyak factor, seperti budaya, pengalaman, ideology, dan lain-lain sehingga susah untuk objektif. Selain itu, metodologi suatu penelitian tergantung pada objek dan data yang akan dianalisis. Metode semiotika menganalisis data auditif, teks, audiovisual. Data-data tersebut dapat berbentuk verbal maupun nonverbal, maka penelitian semiotika lebih sesuai dengan menggunakan pendekatan (metodologi) kualitatif.

Hal demikian senada dengan pandangan para ahli semiotika yang mengatakan pentingnya hubungan antara unsure satu dengan unsur lainnya dan juga menekankan pentingnya signifikansi pembaca yang melekat pada tanda-tanda dalam suatu teks. Bidang kajian semiotika focus pada system aturan sebuah “wacana” yang terdapat dalam teks-teks media, serta penekanannya dalam membentuk sebuah makna (Glasgow University Media Group dalam Vera, 2014:9).

Tiga bidang studi utama dalam semiotika adalah sebagai berikut:

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara-cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara-cara tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.
2. System atau kode yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode yang dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
3. Kebudayaan, tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri (Fiske dalam Vera, 2014:10).

Semiotika memiliki daya tarik tersendiri dalam sebuah penelitian, karena semiotika memiliki jangkauan yang cukup luas dalam wilayah kajian yang aplikatif, dan tersebar dalam beberapa disiplin ilmu. Semiotika dapat diterapkan pada bidang ilmu komunikasi, arsitektur, kedokteran, sastra dan budaya, biologi, seni dan desain, sosiologi, antropologi, linguistic, psikologi, dan lain-lain.

Semiotika dalam wilayah kajian ilmu komunikasi juga memiliki jangkauan yang luas. Semiotika dapat diterapkan pada berbagai level dan bentuk komunikasi, seperti komunikasi massa, komunikasi antarbudaya, komunikasi politik, dan sebagainya. Dalam komunikasi massa misalnya, kajian semiotika dapat diaplikasikan pada film, televise, iklan, lagu, foto jurnalistik, dan lain-lain. Inilah yang membuat semiotika menjadi sebuah ilmu yang unik dan menarik.

Kelemahan smiotika sebagai suatu metode tafsir tanda adalah sifatnya yang subjektif, karena pada dasarnya menafsirkan tanda adalah subjektivitas si penafsir, ini pula yang menjadikan semiotika diragukan keilmiahannya. Pandanga-pandangan kelompok objektivit-positivi meragukan semiotika sebagai sebuah metode dalam penelitian, baik secara epistemologis, ontologism, maupun aksiologisnya. Kelompok kritis maupun konstruktivis memiliki pandangan yang berbeda. Menurut kelompok ini, tanda yang tersebar dala bentuk pesan-pesan dalam komunikasimassa misalnya dikemas dalam bungkus ideology

yang tersamar. Tanda sering dikemas dalam selimut bahasa yang dapat bermakna denotasi maupun konotasi.

Penelitian semiotika hendaklah memperhatikan beberapa hal agar keilmiahannya penelitian dapat dipertanggungjawabkan. Walaupun dalam teori semiotika makna bersifat *arbiter* (semena-mena), tetapi tetap harus mengacu pada aksiologis metode semiotika yang digunakan. Peneliti hendaklah menghindari subjektivitas pribadi, terutama jika menyangkut ideology tertentu. Biasanya seorang peneliti dari awal sudah membawa subjektivitasnya, misalnya peneliti yang memiliki ideology feminis, dia dari awal sudah membawa kefeminisme-nya dalam menafsirkan pesan-pesan. Kadang interpretasi yang muncul sedikit dipaksakan atau dipas-paskan agar hasilnya sesuai dengan yang diinginkan. Kasus-kasus inilah yang menjadi perdebatan diantara ahli semiotika itu sendiri, yang kemudian memunculkan beberapa aliran semiotika, seperti aliran strukturalisme, pragmatism, post modernism, yang semuanya memiliki asumsi dasar masing-masing. Jadi subjektivitas yang dimaksud dalam metode interpretative bukanlah subjektif yang tanpa dasar epistemologis, ontologis, aksiologis, dan metodologis. Semiotika dapat menjadi sebuah metode alternative pembacaan teks, terutama dalam ranah kajian ilmu komunikasi. Semiotika mungkin berkembang dengan semakin banyaknya penelitian yang menggunakan metode ini, dan mungkin pula teori semiotika

mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan disiplin ilmu yang lain.

2. Semiotika Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce lahir pada tanggal 10 september 1839 di Cambrige, Massachusetts, dan ia meninggal pada tanggal 19 april 1914 di Milford, Pennsylvania. Tulisan-tulisannya membentang dari sekitar tahun 1857 sampai menjelang kematiannya, dalam jangka waktu sekitar 57 tahun. Karya-karyanya sebagian dicetak dan dipublikasikan, sebagian lainnya tidak sempat dipublikasikan. Topic-topik tulisannya memiliki jangkauan luas, dari matematika dan ilmu-ilmu pada satu kurun waktu tertentu, ilmu-ilmu social lainnya di kurun waktu lainnya.

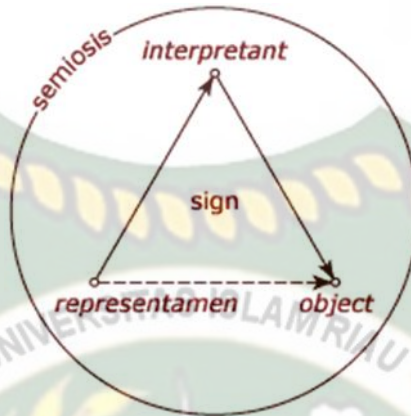
Peirce menulis tentang berbagai masalah yang satu sama lain tidak saling berkaitan, tentunya karena bidang yang diminatinya sangat luas. Ia menekuni ilmu pasti dan alam, kimia, astronomi, linguistic, psikologi, dan agama. Dalam hal ini ia tak sekedar sebagai seorang penggemar, melainkan sebagai seorang ilmuan yang penuh tanggung jawab, ia mengetahui banyak hal. Kerapkali disebut bahwa selain menjadi seorang pendiri pragmatism. Peirce memberikan sumbangan yang penting pada logika filsafat dan matematika, khususnya semiotika. Yang jarang disebut adalah bahwa Peirce melihat semiotikanya-karyanya tentang tanda-sebagai yang tak terpisahkan dari logika.

Bagi Charles Sanders Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Dalam pikirannya logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat ditetapkan pada segala macam tanda (Berger dalam Vera,2014:3). Charles Sanders Peirce dikenal dengan model *Triadic* dan konsep trikotominya yang terdiri atas berikut ini:

1. *Representament*; bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda (Saussure menamakannya *signifier*). Representamen kadang diistilahkan juga menjadi *sign*.
2. *interpretant*; bukan penafsir tanda, tetapi lebih merujuk pada makna dari tanda.
3. *Object*; sesuatu yang merujuk pada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan. *Object* dapat berupa representasi mental (ada dalam pikiran), dapat juga berupa sesuatu yang nyata diluar tanda.

Model triadic dari Peirce sering juga disebut sebagai “*triangle meaning semiotics*” atau dikenal dengan teori segitiga makna, yang dijelaskan secara sederhana: “tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk sesuatu dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda menunjuk pada seseorang, yakni menciptakan dibenak orang tersebut suatu tanda yang setara, atau suatu tanda yang lebih berkembang, tanda yang diciptakannya dinamakan *interpretant* dari tanda pertama. Tanda itu menunjukkan sesuat, yakni *objectnya*” (Fiske dalam Vera 2014:21)

Gambar 1.2
Bagan Teori Charles Sanders Peirce



Model segitiga Peirce memperlihatkan masing-masing titik dihubungkan oleh garis dengan dua arah, yang artinya setiap istilah (*term*) dapat dipahami hanya dalam hubungan satu dengan yang lainnya. Peirce menggunakan istilah yang berbeda untuk menjelaskan fungsi tanda yang baginya adalah proses konseptual, terus berlangsung dan tak terbatas (yang disebutnya “semiosis tak terbatas,” rantai makna-keputusan oleh tanda-tanda baru menafsirkan tanda sebelumnya atau seperangkat tanda-tanda). Dalam model Peirce, makna dihasilkan melalui rantai dari tanda-tanda (menjadi *interpretant*), yang berhubungan dengan model dialogisme Mikhail Bakhtin, dimana setiap ekspresi budaya selalu sudah merupakan respon atau jawaban terhadap ekspresi sebelumnya, dan yang menghasilkan respon lebih lanjut dengan menjadi *addressible* kepada orang lain (Martin Irvine dalam Vera, 2014:22).

1. *Representament/sign* (tanda)

2. *Object* (sesuatu yang dirujuk)
3. *Interpretant* (“hasil” hubungan representamen dengan objek)

Menurut Peirce, salah satu bentuk tanda (*sign*) adalah kata, sesuatu dapat disebut representamen (tanda) jika memenuhi 2 syarat berikut:

- a. Bisa dipersepsi, baik dengan panca-indra maupun dengan pikiran/perasaan
- b. Berfungsi sebagai tanda (mewakili sesuatu yang lain)

Objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda, bisa berupa materi yang tertangkap panca-indra, bisa juga bersifat mental atau imajiner. Sedangkan interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu diwakili oleh tanda tersebut.

Penulis menggunakan teori segitiga makna atau *triangle meaning semiotic* Charles Sander Peirce karena lebih memudahkan penulis untuk melakukan penelitian. Berdasarkan konsep atau teori tersebut maka dapat dikatakan bahwa makna sebuah tanda dapat berlaku secara pribadi, sosial, atau bergantung pada konteks tertentu. Perlu dicatat bahwa tanda tidak dapat mengungkapkan sesuatu, tanda hanya dapat menunjukkan, sang penafsirlah yang memaknai berdasarkan pengalamannya masing-masing.

3. Foto Jurnalistik

Membahas foto jurnalistik tidak bisa dilepaskan dari media massa karena perkembangan media massa, baik cetak, elektronik maupun online, memicu setiap orang untuk membuat dan mendapatkan foto yang bagus dari media pilihannya. Meskipun lebih lambat dibandingkan dengan jurnalistik tulis, perkembangan jurnalistik foto sangatlah cepat. Bahkan, saat ini hampir semua media massa menyajikan karya foto jurnalistik dalam setiap terbitannya. Kondisi ini tidak bisa lepas dari era fotografi digital. Perubahan ini tidaklah mengabaikan berbagai teori yang ada pada fotografi maual karena perubahan ini terjadi hanya pada prosesnya saja. Bila dulu untuk mengirimkan foto keredaksi memerlukan jasa pos atau kurir, saat ini perkembangan teknologi memungkinkansetiap jurnalis foto mengirimkan hasil fotonya keredaksi melalui telepon genggam yang dibawanya.

Seringkali orang mendefinisikan bahwa suatu foto yang sudah dimuat disebuah surat kabar adalah foto jurnalistik meskipun hanya selemba pas foto seseorang dalam berita kehilangan. Padahal, ada unsure yang harus dimiliki oleh sebuah foto agar bisa disebut foto jurnalistik. Sesuai apa yang didefinisikan oleh Wijaya (Gani dan Kusumalestari, 2013:47) yang dimaksud foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu, dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin.

Definisi ini menjelaskan bahawa ada pesan tertentu yang terdapat dalam foto tersebut sehingga layak untuk disiarkan kepada masyarakat.

Sedangkan Kobre (Gani dan Kusumalestari, 2013:47) mengatakan bahwa "*photojournalism report with camera. Their job is to search out the news and report it in visual form. Today's news photographers must combine the skill of an investigative reporter and determination of a beat report with the flair of feature writer. Photojournalism are visual reporters who interpret the news with cameras rather than pencil*" definisi tersebut menjelaskan bahwa sebuah foto jurnalistik merupakan laporan yang mempergunakan kamera untuk menghasilkan bentuk visual. Seorang jurnalis foto hendaklah mampu menggabungkan antara keahlian membuat laporan investigasi dan membedakannya dengan penulisan *feature*. Dengan demikian, Kobre menegaskan bahwa foto jurnalistik adalah pelaporan visual yang menginterpretasikan berita lebih baik dibandingkan tulisan. Secara umum, foto jurnalistik merupakan gambar yang dihasilkan lewat proses fotografi untuk menyampaikan suatu pesan, informasi, cerita suatu peristiwa yang menarik bagi public dan disebar luaskan oleh media massa.

Fotografi berasal dari dua kata, yaitu "*photos*" dan "*graphoo*". Dalam bahasa Yunani, *photos* berarti cahaya dan *graphoo* berarti menulis atau melukis, sehingga "potografi" dapat diartikan sebagai "melukis dengan cahaya". Sebagai istilah, fotografi secara umum

merupakan kegiatan pembuatan gambar dengan lensa dan film yang peka cahaya. Film yang dimaksud adalah sebuah plastik yang tembus cahaya yang dilapisi dengan *emulsi* garam perak *halide* (Priatna dalam Vera, 2014:59).

Fotografi, menurut Robert Sobieszek dari *International Museum of Photography*, telah menanamkan pengaruh yang besar didalam cara kita memandang dunia (Zoelverdi dalam Vera, 2014:59). 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 yyang seimbang. Komposisi secara sederhana diartikan sebagai cara menata elemen-elemendalam gambar, elemen-elemen ini mencakup garis, *shape*, *form*, warna, terang dan gelap.yang paling utama dari aspek komposisi adalah menghasilkan *visual impact* (sebuah kemampuan untuk menyampaikan 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 lagi menjadi beberapa kategori, yaitufoto tunggal/*feature* dan foto esai.

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

komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu objek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi (Alwi dalam Vera, 2014:60). Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audience*). Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.

Foto jurnalistik atau foto berita memiliki bahan garapan yang sangat beragam, mulai dari sebuah kampung yang kumuh hingga sebuah resepsi yang kemilau disebuah gedung yang megah. Foto jurnalistik harus memberi pengertian atau informasi baru mengenai tempat-tempat serta kejadian yang belum pernah didatangi atau diketahui publik. Itu sebabnya pernah dilukiskan bahwa tujuan foto jurnalistik adalah 'melihat untuk sejuta mata'. Dalam momen tertentu, acap kali foto jurnalistik hadir sebagai berita tersendiri sehingga disebut foto berita dengan disertai keterangan foto (*caption*). Foto jurnalistik dibuat oleh seorang pewarta foto atau biasa disebut *Photojournalist*.

Foto jurnalistik tidak lain adalah sebuah berita yang disajikan dalam bentuk foto. Bisa sebagai pendamping tulisan, bisa pula secara tunggal dengan tulisan minim mendampinginya. Jumlahnya pun bisa satu dan bisa pula lebih, tergantung pada keperluan dan kelayakannya (Zoelverdi dalam Vera, 2014:60). Foto berita biasanya ditampilkan pada halaman utama sebuah surat kabar dengan tujuan menarik minat pembaca. Seperti halnya karakteristik berita, foto jurnalistik atau foto

berita juga memiliki karakteristik yang hampir sama, yaitu aktual, faktual, penting, dan menarik. Selain itu, foto jurnalistik yang bertujuan untuk melengkapi teks berita tentunya harus relevan dengan isi berita yang dilengkapinya.

Wilson Hick (Vera, 2014:61) menjabarkan tujuh karakteristik dalam salah satu cabang dalam 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, itulah sebabnya foto jurnalistik harus mempunyai kepentingan mutlak pada manusia. Posisinya berada puncak piramida sajian dan pesan visual.
4. Bentuk liputan foto jurnalistik adalah suatu upaya yang muncul dari bakat dan kemampuan seorang 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 sebagai foto jurnalis melalui subjeknya. Objek pemotretan hendaknya mampu dibuat berperan aktif dalam gambar yang dihasilkannya sehingga lebih pantas menjadi subjek aktif.
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 handal, berwawasan visual, luas, populis, arif, jeli dalam menilai karya foto yang dihasilkan, serta mampu membina dan membantu mematangkan ide atau konsep sebelum memberi penugasan.

Ada dua kategori dari foto jurnalistik, yaitu foto tunggal (*feature*) dan foto esai. Foto esai mempunyai sifat yang sama dengan esai tulisan, yaitu mengandung opini dari suatu sudut pandang. Namun dalam praktiknya, mempunyai kekhasan karena esai foto disamping terdiri atas tulisan yang menyertainya hanya pelengkap sifatnya. Maka konsekuensinya, foto harus mampu menggantikan kata-kata, sementara

hal-hal yang tidak bisa digambarkan oleh foto, terungkap sebagai naskah (Prasetya dalam Vera, 2014:63).

Foto esai juga merupakan bagian dari foto jurnalistik, yaitu foto-foto yang terdiri atas lebih dari satu foto, tetapi temanya satu. Pada hakikatnya, esai foto merupakan gabungan dari foto berita dan foto *features*. Foto berita adalah foto yang dibuat tanpa bisa direncanakan sebelumnya, dan yang paling penting terikat aktualitas. Sementara foto *features* biasanya merupakan foto tentang suatu kehidupan masyarakat khas di suatu daerah, seperti foto masyarakat badui, suku dayak, dan suku pedalaman lainnya. Gabungan foto berita dan foto *features* inilah yang membuat foto esai menjadi ‘utuh’ dan mempunyai ‘alur’ yang sesuai dengan keinginan pembuatnya (Arbain Rambey/Kartono Riyad dalam Vera, 2014:64).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa foto esai dapat disimpulkan bahwa foto esai adalah foto-foto yang terdiri atas lebih dari satu foto dan mempunyai ‘alur’, temanya satu foto berita dan satu foto *features*, sementara tulisan yang menyertai hanya pelengkap atau penjelas dari foto-foto tersebut.

Saat seseorang mencoba mempelajari foto jurnalistik, ia harus dimulai dengan mengerti pembuatan foto tunggal dan keterangan foto. Bahkan pembuatan foto esai pun sangat bergantung pada kemampuan dalam membuat foto tunggal yang bercerita. Pada semua kategori foto jurnalistik, paduan gambar dan tulisan, seperti paragraph utama dalam

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

Perpaduan gambar dan tulisan seperti paragraph utama dalam sebuah cerita. Keduanya mempunyai bobot yang sama, karena harus bisa menangkap perhatian pembaca dan memperkuat iramacerita. Keyakinan terhadap foto tunggal digaungkan oleh Henry Carter Bresson, forografer yang terkenal dengan teknik “*decisive moments*”. Bresson mengatakan hanya ada satu *moment* (kesempatan) ketika semua elemen berada dalam keseimbangan, pada waktu yang tepat dan konsentrasi penuh. Bresson bisa membuat pemotretan foto tunggal dalam waktu sekejap saat cahaya, komposisi, dan ekspresi yang tepat digabungkan untuk mbingkai sebuah foto yang bercerita. Bresson terkenal dengan gaya motret “*hit and run*”.

Menurut Jhon Whiting, dalam bukunya *Photography is a language*, fotograferadalah seperti sebuah alat untuk mengungkapkan ide dan emosi. Emosi sebaikfakta yang terjadi, foto dapat menghasilkan perbedaan persepsi yang unik (Kesuma dalam Vera, 2014:62).

Dalam banyak contoh, sebuah foto bisa banyak menimbulkan tafsiran yang dapat memperlihatkan sudut pandang fotografer/intelektualitasnya, pendapat atau sikap terhadap subjek. Itulah yang terbaik yang dapat dilakukan, meskipun foto tunggal mempunyai kelemahan, yaitu hanya mempunyai satu sudut pandang dalam merekam sebuah peristiwa. Oleh karena itu, seorang wartawan

foto harus tahu betul ceritanya dan bagaimana dapat memasukkan semua bagian penting saat membingkai sebuah peristiwa. Ia juga harus mempertanyakan hasil pemotretannya, apakah seperti yang terjadi.

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*. Foto-foto mengenai tokoh terkenal dan terkemuka selalu menarik untuk diperhatikan tingkah lakunya.
4. *Penting*. Peranan suatu foto tergantung pada pengaruh foto terhadap pembaca. Semakin sedikit pembaca yang tertarik, semakin tidak ada artinya untuk dibuat.
5. *Human Inters*. Foto-foto yang mengandung gambar manusia biasanya memberikan kepada pembaca cuplikan kehidupan nyata.

Angle dalam fotografi adalah sudut pengambilan foto yang menekankan posisi kamera pada situasi tertentu dalam membidik objek. Angle ini akan menciptakan foto-foto yang berbeda. Bila sebuah objek lebih menarik jika difoto dengan low angle, belum tentu akan menarik jika dipotret dengan angle lainnya. Ada 5 macam sudut pengambilan gambar (angle) yang umum digunakan dalam fotografi, yaitu:

1. Eye Level

Sudut pandang ini adalah sudut pandang atau angle yang umum digunakan. Pada angle ini lensa kamera dibidik sejajar dengan tinggi objek. Posisi dan arah kamera memandangi objek yang akan dipotret layaknya mata kita melihat objek secara biasa. Pengambilan angle ini kebanyakan untuk memotret manusia dan aktifitasnya (Human interest)

2. Low Angle

Pada sudut pengambilan foto ini, kamera diposisikan lebih rendah dari objek. Low angle biasanya digunakan untuk menunjukkan kesan elegan, megah dan tangguh. Sudut pandang pemotretan ini sering juga diterapkan pada fotografi cityscape, contohnya pada foto gedung-gedung pencakar langit.

3. High Angle

Angle ini digunakan untuk menangkap kesan luas dari objek yang difoto. Pada angle ini kamera diposisikan lebih tinggi dari objek, sehingga memberi kesan kecil dari objek yang difoto. Dengan angle ini kita bisa memasukkan elemen-elemen pendukung komposisi ke dalam frame. Penerapan high angle bisa juga diterapkan pada foto pemandangan (landscape).

4. Bird Eye View

Anda bisa mencoba mendapatkan hasil yang berbeda dengan mengambil foto dari titik yang terletak diketinggian.

Dalam sudut pemotretan ini, posisi objek berada di bawah atau lebih rendah dari kita berdiri. Dari sudut pandang ini, kita memiliki area pandang yang sangat luas, termasuk juga perspektif objek dan hubungannya dengan benda – benda di sekelilingnya.

5. Frog Eye View

Pada pemotretan dengan angle ini kamera disejajarkan dengan tanah. Angle ini biasanya digunakan untuk objek yang posisinya di atas tanah. Untuk memotret dengan sudut pandang ini terkadang fotografer harus tiduran di tanah, untuk menghasilkan foto yang bagus.

Pada intinya sudut pengambilan gambar (angle) dalam fotografi adalah merupakan kreatifitas dari fotografer. Perlu kreatifitas dan mata jeli dari fotografer dalam melihat objek, untuk menghasilkan foto yang bagus.

Dalam bukunya yang berjudul *Business of Photojournalism*, A. E Loosley (Rita Gani dan Ratri Rizki Kusumalestari, 2013: 63), mengkategorikan jenis foto jurnalistik berdasarkan :

1. Nilai Kepentingannya
 - a. foto *hard news* adalah foto jurnalistik yang sangat penting, memiliki aktualitas tinggi. Foto seperti ini biasanya dimuat di halaman utama atau rubric utama majalah berita.
 - b. Foto *soft news* adalah foto jurnalistik yang kurang begitu penting, namun baik juga untuk dimuat.

- c. Filter *news* adalah foto jurnalistik yang berfungsi sebagai selingan atau pengisi halaman. Bila tidak memungkinkan, foto ini bisa juga tidak dimuat.

2. Penyajiannya

- a. *Spot news* atau foto berita adalah sebuah karya foto yang merekam kejadian atau peristiwa sesaat dengan waktu yang sangat singkat dan tidak berulang. Biasanya berupa foto tunggal yang berdiri sendiri menyajikan suatu peristiwa.
- b. *Photo essay* atau foto esai adalah serangkaian foto yang menggambarkan berbagai aspek dari suatu masalah yang dikupas secara mendalam.
- c. *Photo sequence* adalah serangkaian foto yang menyajikan suatu kejadian secara mendetail, beruntun, dan kronologis. Kejadian atau peristiwa itu terjadi dalam selisih waktu yang amat singkat (dalam bilangan menit atau bahkan detik)
- d. *Feature photograph* adalah sebuah foto jurnalistik yang menyangkut kehidupan sehari-hari, namun mengandung segi kemanusiaan yang menarik.

Sedangkan *World Press Photo Foundation* atau Badan Foto Jurnalistik Dunia yang merupakan organisasi profit indenpenden, mengkategorikan foto jurnalistik kedalam Sembilan jenis (Alwi dalam Rita Gani dan Ratri Rizki Kusumalestari, 2013:63). Biasanya kategori

ini menjadi bagian dalam kompetisi yang mereka adakan. Kesembilan kategori tersebut, yaitu :

1. Foto Berita (*spot news*)

Foto yang terbuat dari peristiwa tidak terduga yang diambil oleh fotografer langsung dilokasi kejadian. Sebagaimana dijelaskan Hadi (Rita Gani dan Ratri Rizki Kusumalestari, 2013:64), OANA Secretary General, “*spot news pictures cover sudden event or something which does last fot not too long like mass riot, natural disaster and human phenomena*”. Contohnya: peristiwa kecelakaan, kebakaran, perkelahian/perang, bencana alam (banjir, gempa bumi tanah longsor, dan sebagainya).

2. Berita Umum (*general news*)

Foto peristiwa yang terjadwal, rutin, dan biasa. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh sebuah instansi pemerintahan, instansi pendidikan atau BUMN seringkali menjadi objek yang layak diberitakan di surat kabar. Untuk mendukung dan mendokumentasikan isi pemberitaan tersebut, selalu melibatkan jurnalis foto. Temanya bisa bermacam-macam : politik, ekonomi, dan humor. Contohnya, penganugrahan piagam, pembukaan pameran, pengguntingan pita dalam sebuah peresmian gedung.

3. Manusia Dalam Berita (*people in the news*)

Kategori ini merupakan foto tentang orang atau masyarakat dalam suatu berita. Yang ditampilkan adalah sosok orang yang

menjadi berita itu. Focus foto bisa saja kelucuan tokoh tersebut, perjalanan karirnya, aktivitasnya, dan sebagainya. Alwi (Rita Gani dan Ratri Riski Kusumalestari, 2013: 65) menjelaskan bahwa tokohnya bisa orang populer atau orang yang tidak populer tapi kemudian menjadi populer. Contoh: presiden dalam kampanye, kegiatan selebritas, korban banjir.

4. Kehidupan sehari-hari (*daily life*)

Foto tentang kehidupan sehari-hari manusia dipandang dari segi manusiawinya (*human interest/foto feature*). Seperti yang dijelaskan Hadi (Rita Gani dan Ratri Riski Kusumalestari, 2013:67) bahwa tujuan pemuatan foto kehidupan sehari-hari disurat kabar “*one of the aims of presenting daily life pictures in newspaper is to amuse the readers of newspapers or magazines political and economic news and stories about disaster and violences*”. Jadi, tujuan foto dengan tema ini adalah untuk menghibur para pembaca surat kabar, majalah berita politik, ekonomi, serta berita bencana alam dan kekerasan. Contoh: kehidupan pedagang dipasar, rutinitas nelayan, kegiatan sehari-hari.

5. Potret (*portraits*)

Foto yang menampilkan wajah seseorang secara *close up*, mementingkan karakter dari objek yang difoto. Unsure utama yang diperhatikan dalam foto ini adalah kekhasan (ekspresi)

wajah atau kekhasan lainnya dari objek yang difoto. Potret adalah jenis yang banyak dan bisa dihasilkan oleh siapa saja, apakah itu hasil memotret dirinya sendiri (narsis), keluarga, sahabat, teman atau orang lain yang tidak dikenal. Contoh: ekspresi orang senang, marah, terkejut, dan lucu.

6. Olahraga (*sports action*)

Foto yang dibuat dari peristiwa olahraga, menampilkan gerakan dan ekspresi atlet dan hal lain yang menyangkut olahraga. Foto olahraga harus merefleksikan semangat dan sportifitas. Diperlukan kejeliandan kesabara dari jurnalis foto untuk menangkap momen mengingot objeknya senantiasa bergerak. Akan lebih baik lagi bila jurnalis foto “menguasai” pengetahuan beberapa cabang olahraga, baik dari segi istilah, pemain, suasana lapangan, karakteristik penonton dan sebagainya. Hal ini akan membantu jurnalis foto menentukan *angle* yang tepat. Contoh: lomba lari, yoga, pilates, gerak jalan, bulutangkis, dan sepak bola.

7. Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (*sciences and technology*)

Foto yang diambil dari peristiwa yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Contohnya: eksperimen ilmu dan teknologi, penemuan *micro chip* computer, uji coba alat baru.

8. Seni dan Budaya (*art and culture*)

Foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya. Bisa berupa prosesi ataupun pementasan, misalnya pertunjukan teater, pagelaran kesenian daerah, pertunjukan barongsai, ritual adat diberbagai daerah.

9. Lingkungan Sosial (*social and environment*)

Foto tentang kehidupan social masyarakat dan lingkungan hidupnya. Sugiarto (Rita Gani dan Ratri Riski Kusumalestari, 2013:74) menjelaskan bahwa “area foto berita lingkungan ini dapat dipersempit, yaitu dengan hanya mengetengahkan segala peristiwa yang berhubungan dengan alam”. Untuk membuat foto jenis ini, sebaiknya seorang jurnalis foto melakukan pengamatan terhadap lingkungan dan kehidupan social masyarakatnya.

8. **Buku**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia buku adalah lembar kertas yang berjilid, yang berisi tulisan ataupun kosong. Buku mempunyai berbagai macam bentuk yaitu:

a. Novel

Sebuah karya fiksi prosa yang tertulis dan naratif, biasanya dalam bentuk cerita. Kata novel berasal dari Italia yaitu *Novella* yang berarti “sebuah cerita, sepotong berita”

b. Cergam

Arswendo Atmiwiloto (1986) mengungkapkan bahwa cergam sama dengan komik, gambar yang dinarasikan, kisah ilustrasi, picto-fiksi, dan lain-lain.

c. Komik

Suatu bentuk seni yang menggunakan gambar-gambar tidak bergerak yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk jalinan cerita.

d. Ensiklopedi

Sejumlah buku yang berisi penjelasan mengenai setiap cabang ilmu pengetahuan yang tersusun menurut abjad atau menurut kategori secara singkat dan padat.

e. Nomik

Singkatan dari novel komik.

f. Antopologi (kumpulan)

Kumpulan dari karya-karya sastra.

g. Dongeng

Suatu kisah yang diangkat dari pemikiran fiktif dan kisah nyata menjadi suatu alur perjalanan hidup dengan pesan mora, yang mengandung cara hidup dan cara berinteraksi dengan makhluk lainnya.

h. Biografi

Kisah atau keterangan tentang kehidupan seseorang.

i. Catatan Harian (jurnal/*diary*)

Buku yang isinya catatan harian atau catatan harian itu sendiri.

j. Novelete

Cerita tanggung, untuk dikatakan cerpen terlalu panjang, dikatakan novel terlalu pendek.

k. Fotografi

Karya-karya foto seseorang atau beberapa orang dapat saja dijadikan buku, buku jenis ini akan lebih menarik jika disertai keterangan mengenai objeknya. Untuk kepentingan lain, buku fotografi ini juga berisi bagaimana cara atau strategi untuk menghasilkan foto-foto yang tercetak.

l. Karya Ilmiah

Laporan penelitian, disertai tesis, skripsi, dan lainnya.

m. Tafsir

Keterangan atau penjelasan tentang ayat-ayat Al-Quran agar maksudnya lebih mudah dipahami.

n. Kamus

Buku acuan yang memuat kata atau ungkapan, biasanya disusun menurut abjad berikut keterangan tentang makna, pemakaian, atau terjemahannya.

o. Panduan

Disebut juga buku petunjuk, misalnya buku tentang beternak ayam, berkebun kelapa sawit, kiat memperoleh dan kiat menjalani beasiswa diluar negeri, dan sebagainya.

p. Atlas

Kumpulan peta yang disatukan dalam bentuk buku, selain dalam bentuk buku, atlas juga ditemukan dalam bentuk multimedia, misalnya *Google Earth*.

q. Ilmiah

Yang disusun berdasarkan kaidah keilmiahan. Misalnya, buku yang disusun berdasarkan hasil penelitian dan disampaikan dalam bahasa ilmiah.

r. Teks

Sederhananya adalah buku pelajaran, diklat, dan sebagainya.

s. Mewarnai

Identik dengan anak-anak, biasanya isinya berbentuk garis-garis yang membentuk gambar. Fungsinya adalah untuk membantu anak-anak belajar mewarnai objek

9. Makna

Upaya memahami makna, sesungguhnya merupakan salah satu masalah filsafat yang tertua dalam umur manusia. Konsep makna telah menarik perhatian disiplin komunikasi, psikologi, sosiologi,

antropologi, dan linguistik. Itu sebabnya, beberapa pakar komunikasi sering menyebut kata makna ketika mereka merumuskan definisi komunikasi. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (dalam Sobur, 2016: 255). Misalnya menyatakan, “Komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih”. Juga Judy C. Person dan Paul E. Nelson (Sobur, 2016:255), “Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna”.

Para ahli mengakui, bahwa makna (*meaning*) memang merupakan kata dan istilah yang membingungkan. Dalam bukunya *The Meanig of Meaning*, Ogden dan Richards (Sobur, 2016:255) telah mengumpulkan tidak kurang dari 22 batasan mengenai makna. Bentuk makna dalam bidang ilmu tertentu, yakni dalam bidang linguistik (Pateda, dalam Sobur, 2016:255). Dalam penjelasan Umberto Eco (Budiman dalam Sobur, 2016:255), makna dari sebuah wahana tanda (*sign-vechicle*) adalah satuan kultural yang diperagakan oleh wahana-wahana tanda yang lainnya serta, dengan begitu, secara semantic mempertunjukkan pula ketidaktergantungannya pada wahana tanda yang sebelumnya.

Ada tiga hal yang coba dijelaskan oleh para filsuf dan linguis sehubungan dengan usaha menjelaskan makna. Ketiga hal itu yakni, (1) menjelaskan makna kata secara alamiah, (2) mendeskripsikan kalimat secara alamiah, dan (3) menjelaskan makna dalam proses komunikasi (Kempson dalam Sobur, 2016:256). Dalam kaitan ini Kempson

berpendapat untuk menjelaskan istilah makna harus dilihat dari segi: (1) kata; (2) kalimat; dan (3) apa yang dibutuhkan pembicara untuk berkomunikasi.

Brown mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat. Dengan kata-kata Brown, “Seseorang mungkin menghabiskan tahun-tahunnya yang produktif untuk menguraikan makna suatu kalimat tunggal dan akhirnya tidak menyelesaikan tugas itu” (Mulyana dalam Sobur, 2016:256).

Makna adalah suatu arti atau maksud yang tersimpul dari suatu kata, jadi makna dengan bendanya sangat bertautan dan saling menyatu. Jika suatu kata tidak bisa dihubungkan dengan bendanya, peristiwa atau keadaan tertentu maka kita tidak bisa memperoleh makna dari kata itu (Tjiptadi, 1984:19). Dalam pandangan Saussure, makna sebuah tanda sangat dipengaruhi oleh tanda yang lain. Sementara itu, Umar Junus menyatakan bahwa makna dianggap sebagai fenomena yang bisa dilihat sebagai kombinasi beberapa unsure dengan setiap unsur itu. Secara sendiri-sendiri, unsur tersebut tidak mempunyai makna sepenuhnya (sobur, 2009:126).

Semiotik melihat komunikasi sebagai penciptaan/pemunculan makna didalam pesan, baik oleh pengirim maupun penerima. Makna tidak bersifat absolut, bukan suatu konsep statis yang bisa ditemukan

terbungkus rapi didalam pesan. Makna adalah sebuah proses yang aktif: para ahli semiotik menggunakan kata kerja seperti: menciptakan, memunculkan, atau negosiasi mengacu pada proses ini.

Negosiasi mungkin istilah yang paling berguna yang mengindikasikan hal-hal seperti kepada-dan-dari, member-dan-menerima antara manusia/orang dan pesan. Makna adalah hasil interaksi dinamis antara tanda, konsep mental (hasil interpretasi), dan objek: muncul dalam konteks historis yang spesifik dan mungkin berubah seiring dengan waktu. Bahkan mungkin akan berguna mengganti istilah 'makna' dan menggunakan istilah yang jauh lebih aktif dari Peirce yaitu '*semiosis*' tindakan memaknai.

Beberapa istilah yang berhubungan dengan pengertian makna :

a. Makna Denotatif

Sebuah kata mengandung denotatif, bila kata itu atau menunjukkan pengertian atau makna yang sebenarnya. Kata yang mengandung denotatif digunakan dalam bahasa ilmiah, karena itu dalam bahasa ilmiah seseorang ingin menyampaikan gagasannya. Agar gagasan yang disampaikan tidak menimbulkan tafsiran ganda, ia harus menyampaikan gagasannya dengan kata-kata yang mengandung makna denotatif.

Makna denotatif ialah makna dasar, umum, apa adanya, netral tidak mencampuri nilai rasa, dan tidak merupakan kiasan. Makna denotatif adalah makna dalam alam wajar secara eksplicit

maka wajar, yang berarti makna kata sesuai dengan apa adanya, sesuai dengan observasi, hasil pengukuran dan pembatasan. Makna denotatif didasarkan atas penunjukkan pada sesuatu diluar bahasa atau didasarkan atas konvensi tertentu.

b. Makna Konotatif

Sebuah kata mengandung makna konotatif, bila kata-kata itu mengandung nilai-nilai emosi tertentu. Dalam berbahasa orang tidak hanya mengungkapkan gagasan, pendapat atau isi pikiran. Tetapi juga mengungkapkan emosi-emosi tertentu. Mungkin saja kata-kata yang dipakai sama, akan tetapi karena adanya kandungan emosi dimuatnya menyebabkan kata-kata yang diucapkan mengandung makna konotatif, disamping makna denotatif. Makna konotatif adalah makna yang mengandung kiasan atau yang disertai nilai rasa, tambahan-tambahan nilai sikap sosial, sikap pribadi sikap dari suatu zaman, dan kriteria-kriteria tambahan yang dikenakan pada sebuah makna konseptual.

10. Warna

Ada 8 warna dasar yang dirangkum oleh C.S Jones yang menggambarkan rasa dan emosi diantaranya, warna merah, orange, kuning, biru, hijau, hitam, putih, coklat. Warna-warna dasar tersebut memiliki makna tersendiri.

1. Arti Warna Merah

Warna merah adalah warna yang beraura kuat, memberi arti gairah dan memberi energi untuk menyerukan terlaksananya suatu tindakan. Dalam psikologi warna merah memberi arti sebuah simbol keberanian, kekuatan dan energi, juga gairah untuk melakukan tindakan (*action*), serta melambungkan kegembiraan. Merah merupakan warna yang paling mendalam di antara warna-warna yang ada, warna ini termasuk golongan warna yang hangat. Makna warna merah bisa menggambarkan reaksi fisik terkuat dari diri kita sendiri.

Artinya warna ini juga bisa disebut mengartikan kehidupan, seperti darah dan juga kehangatan (*warm*). Disebut juga sebagai warna kehebatan di dalam dunia romansa serta dalam dunia kekuasaan. Dalam benak kita semua itu terikat erat dengan segi psikologi warna ini. Negatifnya warna merah identik dengan kekerasan. Untuk menjaga keseimbangannya warna merah baik jika dipadukan dengan warna biru muda. Dalam makna yang positif warna merah adalah simbol keberanian.

2. Arti Warna Oranye

Oranye merupakan kombinasi antara warna merah dan kuning. Warna oranye memberi kesan hangat dan bersemangat serta merupakan simbol dari petualangan, optimisme, percaya diri dan kemampuan dalam bersosialisasi. Warna oranye adalah peleburan dari warna merah dan kuning, sama-sama

memberi efek yang kuat dan hangat. Oranye merupakan warna ketenangan yang berkaitan dengan kehangatan sebuah hubungan. Warna ini menyatu dengan nuansa musim gugur dan juga nuansa keindahan seperti matahari terbenam (*sunset*). Warna yang hangat ini punya kualitas tersendiri.

Seperti alasan kenapa orang sering menggunakan warna kuning dan oranye untuk memperingati sebuah kenangan manis. Semua itu karena warna hangat dapat menarik perhatian orang tanpa adanya nuansa intimidasi atau menakut-nakuti seperti warna merah.

3. Arti Warna Kuning

Warna kuning memberi arti kehangatan dan rasa bahagia dan seolah ingin menimbulkan hasrat untuk bermain. Dengan kata lain warna ini juga mengandung makna optimis, semangat dan ceria. Secara psikologi, makna warna kuning mengarah pada warna yang paling bahagia, menyolok dan juga menyatu dengan ekstrovert. Warna ini biasanya digunakan oleh orang yang ingin tampil atau ingin diperhatikan oleh orang lain.

Kuning ini disebut-sebut sebagai warna matahari yang terlihat alami. Keberadaannya dapat merangsang aktivitas pikiran dan mental. Aura yang terdapat pada warna kuning sangat baik digunakan untuk membantu penalaran secara logis dan analitis. Oleh karena itu individu penyuka warna kuning cenderung lebih

bijaksana dan cerdas dari sisi akademis, sehingga mereka lebih kreatif dan pandai menciptakan ide yang orisinal.

4. Arti Warna Biru

Warna biru umumnya memberi efek menenangkan dan diyakini mampu mengatasi insomnia, kecemasan, tekanan darah tinggi dan migraine. Didalam dunia bisnis warna biru disebut sebagai warna *corporate* karena hampir sebagian besar perusahaan menggunakan biru sebagai warna utamanya. Hal ini dikarenakan warna biru mampu member kesan professional dan kepercayaan. Biru diyakini mampu merangsang kemampuan berkomunikasi, ekspresi *artistic* dan juga sebagai symbol kekuatan.

5. Arti Warna Hijau

Warna hijau identik dengan alam dan mampu member suasana yang santai. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi warna hijau sangat membantu seseorang dalam situasi tertekan untuk menjadi lebih mampu menyeimbangkan emosi dan memudahkan keterbukaan dalam berkomunikasi. Hal ini diyakini sebagai efek rileksasi dan menenangkan yang terkandung dalam warna ini. Warna hijau adalah tipe orang dengan kepribadian *plegmatis*, yaitu kedamaian yang mendominasi didalam diri orang tersebut. Orang dengan tipe kepribadian ini selalu bisa

penengah dalam setiap perbedaan, dan juga menghindari hal-hal berbau konflik.

Kebanyakan orang merasakan bahwa warna hijau merupakan warna yang paling seimbang, warna hijau terang bisa langsung focus dengan reseptor (sel ransangan) mata kita. Maka warna hijau itu mengarah pada sesuatu yang menenangkan, karena sebagai warna mayoritas tumbuhan, dan juga makna warna ini bernuansa mata uang.

6. Arti Warna Hitam

Warna hitam adalah warna yang memberikan kesan suram, gelap dan menakutkan namun juga elegan. Hitam mempunyai arti yang melambangkan keanggunan (*elegance*), kemakmuran (*wealth*), dan keanggihan (*sopiscated*), juga merupakan warna indenpenden dan penuh misteri. Sering kali anak muda suka dengan warna ini, karena jiwa muda adalah yang penuh misteri dalam menemukan jati diri. Kesukaan nya tampak dalam pemilihan warna busana, didalam dunia fashion sendiri warna hitam juga sering digunakan untuk kesan kurus dan langgeng.

Filosofi warna hitam mengandung makna positif, diantaranya :

- a. Mencerminkan keberanian.
- b. Pusat perhatian (terutama lawan jenis)
- c. Ketenangan dan dominasi

- d. Keteguhan dan kekuatan hati
- e. Lebih menyukai yang alami dari pada yang palsu

Jika seseorang yang suka warna hitam, ia merupakan orang yang cuek dan tidak memikirkan omongan orang terhadap dirinya. Baginya asal dia nyaman makan akan melakukan apa yang dia suka. Dalam pergaulan mereka cukup enak diajak berteman karena mereka dapat memberikan solusi kepada teman-temannya. Warna hitam juga melambangkan perlindungan, sesuatu yang negatif, mengikat, kekuatan, formalitas, misteri, perasaan yang dalam, kesedihan, kemarahan, dan harga diri. Warna ini juga seringkali menunjukkan kekuatan dan ketegasan seseorang.

7. Arti Warna Putih

Salah satu kelebihan warna putih ialah dapat membantu mengurangi rasa nyeri, ini dikarenakan warna putih memberikan kesan kebebasan dan keterbukaan. Kekurangan warna putih ialah dapat memberikan rasa sakit kepala dan mata lelah jika warna ini terlalu mendominasi. Bagi pekerja kesehatan warna putih memberikan kesan steril, putih sebagai warna yang murni dan tidak menggunakan campuran apapun member arti yang suci dan bersih. Untuk design minimalis warna putih dapat menjadi pilihan yang tepat.

8. Arti Warna Coklat

Warna coklat adalah salah satu warna yang mengandung unsur bumi. Dominasi warna ini akan memberikan kesan yang hangat, nyaman, dan aman. Secara psikologis warna coklat akan memberikan kesan kuat dan dapat diandalkan. Warna ini melambangkan sebuah pondasi dan kekuatan hidup. Kelebihan lainnya warna coklat dapat menimbulkan kesan modern, canggih, dan mahal karena kedekatannya dengan warna emas. Biasanya rumah mewah menerapkan warna-warna nuansa coklat, hal ini memberikan kesan ketenangan jiwa kepada pemiliknya. Coklat akan berkesan buruk jika dikombinasikan dengan warna yang kurang tepat, semisal ungu dan biru. Dalam hal negatif, coklat dianggap sebagai warna kotor dan tidak ada kejujuran. Untuk itu warna coklat tidak baik sebagai symbol suatu hubungan.

B. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini perlu diketahui definisi operasional dari setiap variabel untuk menghindari dari ketidak jelasan arti dari variabel-variabel yang akan diteliti. Definisi operasional dari variabel tersebut dinyatakan sebagai berikut :

1. Semiotika merupakan studi tentang tanda dan makna, serta cara tanda tersebut bekerja. Tanda dan symbol merupakan alat dan materi yang digunakan dalam interaksi. Manusia setiap saat selalu melakukan interaksi terhadap manusia, hewan, dan benda. Dari interaksi ini akan menimbulkan/menciptakan tanda dan

tanda itu sendiri merupakan suatu alat untuk memahami makna terhadap suatu hal

2. Foto jurnalistik adalah komunikasi wartawan dengan orang banyak secara singkat dan segera tentang pandangan terhadap sesuatu objek melalui foto, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi foto. Foto tersebut bisa sebagai pendamping tulisan, bisa pula secara tunggal dengan tulisan minim mendampinginya. Jumlahnya pun bisa satu, bisa juga lebih tergantung pada keperluan dan kelayakannya.
3. Buku adalah lembar kertas yang dijilid. Bisa kosong ataupun berisi tulisan dan gambar.
4. Makna merupakan suatu arti atau maksud yang tersimpul dari suatu kata, jadi makna dengan bendanya saling bertautan satu dengan yang lainnya.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Table 2.1

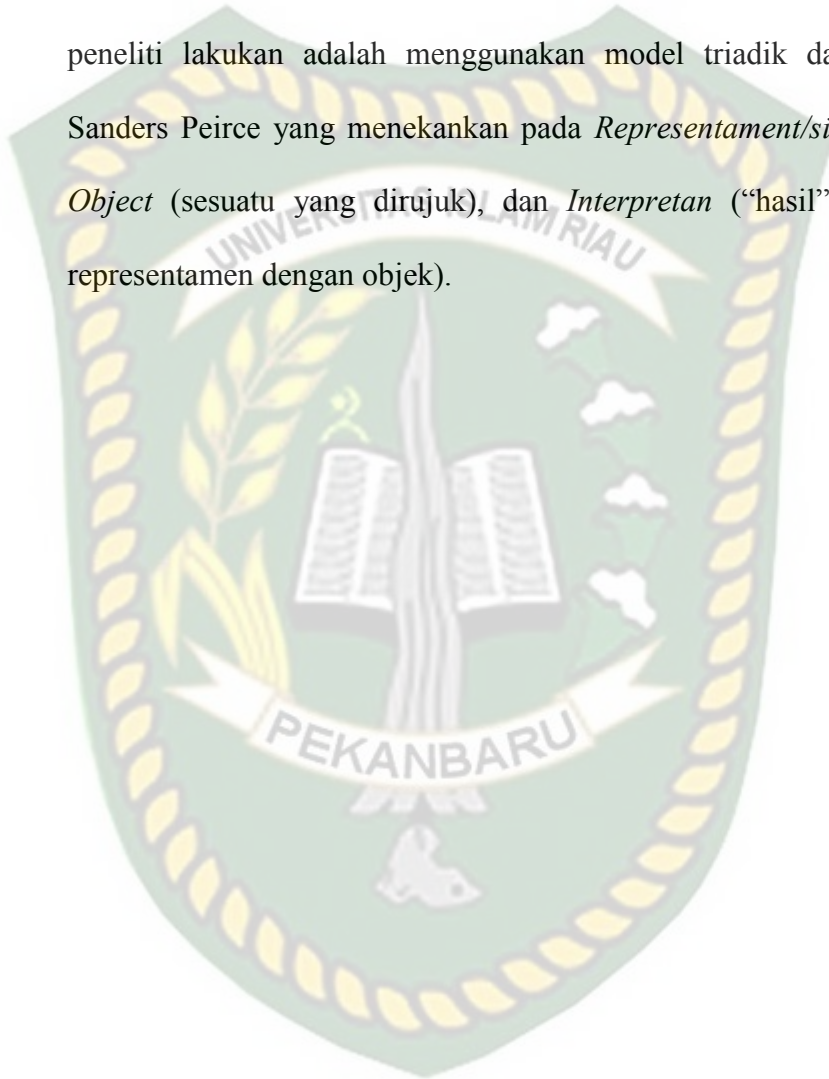
NO	NAMA PENELITI	JUDUL/TAHUN	HASIL PENELITIAN
1	Firman Eka Fitriadi (jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik, universitas sebelas maret)	Foto Jurnalistik Bencana Alam Gempa Bumi (analisis semiotik foto-foto jurnalistik tentang bencana alam gempa bumi Sumatra barat di harian Kompas edisi 2-9 oktober 2009) (2012)	Penelitian ini menggunakan analisis semiotik yang bertujuan untuk mengetahui pemaknaan secara denotatif dan konotatif maupun secara tersirat dan tersurat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pembaca dapat mengaktualisasi pesan-pesan yang ingin disampaikan Kompas sebagai sebuah gambar visual untuk melihat langsung peristiwa bencana lebih dekat, bencana alam dapat merusak fasilitas umum, pemerintah harus tanggap terhadap bencana, dan mempresentasikan kekuatan wanita dalam budaya minangkabau.
2	Hafsa Tia Anisa (jurusan ilmu komunikasi dan penyiaran islam fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi, universitas islam negeri syarif hidayatullah)	Analisis Semiotik Foto Pejuang Cilik Dari Lambung Bukik Dalam Rubrik Foto "Pekan Ini" Di Koran Kompas. (2016)	Penelitian ini menggunakan analisis semiotic Charles Sander Peirce yang menekankan objeknya pada ikon, indeks, dan symbol. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam foto pejuang cilik tersebut terdapat ikon (rangkaian kegiatan atau usaha keras anak-anak

			lambung bukit untuk dapat bersekolah), indeks (anak-anak harus berjuang menuju sekolahnya karena letak desa yang jauh dan terpencil), dan symbol (permasalahan hak yang belum terpenuhi yaitu hak untuk tidak berada atau tenggelam dalam keadaan yang tidak menyenangkan dan mengancam jiwa).
3	Putri Dhyana Ratnapani (fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, universitas brawijaya)	Penggambaran kekerasan pada foto jurnalistik dalam buku yang berjudul “ <i>split second, split moment</i> ” karya Julian Sihombing	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kekerasan fisik yang dilakukan oleh pihak kepolisian, foto hitam putih menunjukkan realita yang kelam, kesedihan, dan misteri. Adanya dominasi, perbedaan kekuasaan otoritas (<i>hight angle</i>). Bentuk kesejajaran, kesamaan, dan kesamaan derajat (<i>eye angle</i>).

Perbandingannya:

Semua kajian penelitian terdahulu yang menjadi acuan saya dalam melakukan penelitian memang semuanya menggunakan analisis semiotik. Namun terdapat perbedaan dari kajian penelitian terdahulu dengankajian yang saya lakukan. Skripsi dari Firman Eka Fitriadi dan Putri Diani Ratnapani sama-sama menggunakan teori dari Roland

Bhartes, sedangkan skripsi dari Hafsa Tia Anisa menggunakan Charles Sander Peirce dengan trikotomi kedua yang menekankan objeknya pada ikon, indeks, dan symbol. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan adalah menggunakan model triadik dari Charles Sanders Peirce yang menekankan pada *Representament/sign* (tanda), *Object* (sesuatu yang dirujuk), dan *Interpretan* (“hasil” hubungan representamen dengan objek).



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau