

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

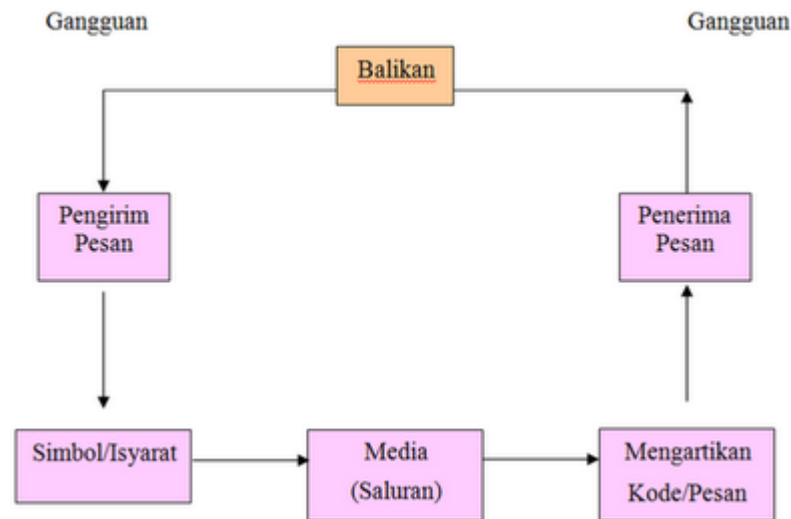
2.1.1. Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain (Deddy Mulyana, 2006:91). Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa nonverbal.

Pengertian komunikasi secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio*. Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna. Sedangkan pengertian secara terminologis, komunikasi berarti penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain (Tommy Suprpto, 2006:2-3)

2.1.2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi dapat dilihat pada skema di bawah ini:



Gambar 2.1. Diagram Proses Komunikasi (Effendy, Onong U. 2002: 18)

Komunikasi merupakan suatu proses yang mempunyai komponen dasar sebagai berikut

Pengirim pesan (*sender*) dan isi pesan/materi

Pengirim pesan adalah orang yang mempunyai ide untuk disampaikan kepada seseorang dengan harapan dapat dipahami oleh orang yang menerima pesan sesuai dengan yang dimaksudkannya. Pesan adalah informasi yang akan disampaikan atau diekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan dapat verbal atau non verbal dan pesan akan efektif bila diorganisir secara baik dan jelas.

Materi pesan dapat berupa:

- a. Informasi
- b. Ajakan
- c. Rencana kerja

d. Pertanyaan dan sebagainya

1. Simbol/isyarat

Pada tahap ini pengirim pesan membuat kode atau simbol sehingga pesannya dapat dipahami oleh orang lain. Biasanya pengirim pesan menyampaikan pesan dalam bentuk kata-kata, gerakan anggota badan (tangan, kepala, mata dan bagian muka lainnya). Tujuan penyampaian pesan adalah untuk mengajak, membujuk, mengubah sikap, perilaku atau menunjukkan arah tertentu.

2. Media/penghubung

Adalah alat untuk penyampaian pesan seperti: televisi, radio, surat kabar, papan pengumuman, telepon dan lainnya. Pemilihan media ini dapat dipengaruhi oleh isi pesan yang akan disampaikan, jumlah penerima pesan, situasi dan sebagainya.

3. Mengartikan kode/isyarat

Setelah pesan diterima melalui indera (telinga, mata dan seterusnya) maka si penerima pesan harus dapat mengartikan simbol/kode dari pesan tersebut, sehingga dapat dimengerti /dipahaminya.

4. Penerima pesan

Penerima pesan adalah orang yang dapat memahami pesan dari si pengirim meskipun dalam bentuk kode/isyarat tanpa mengurangi arti pesan yang dimaksud oleh pengirim.

5. Balikan (*feedback*)

Balikan adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Tanpa balikan seorang pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap si penerima pesan. Hal ini penting bagi pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Balikan dapat disampaikan oleh penerima pesan atau orang lain yang bukan penerima pesan. Balikan yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan balikan langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak.

Balikan yang diberikan oleh orang lain diperoleh dari pengamatan pemberi balikan terhadap perilaku maupun ucapan penerima pesan. Pemberi balikan menggambarkan perilaku penerima pesan sebagai reaksi dari pesan yang diterimanya. Balikan bermanfaat untuk memberikan informasi, saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan di antara komunikan, juga balikan dapat memperjelas persepsi.

6. Gangguan

Gangguan bukan merupakan bagian dari proses komunikasi, akan tetapi mempunyai pengaruh dalam proses komunikasi, karena pada setiap situasi hampir selalu ada hal yang mengganggu kita. Gangguan adalah hal yang merintangikan atau menghambat komunikasi sehingga penerima salah menafsirkan pesan yang diterimanya.

2.1.3. Foto Jurnalistik dalam Komunikasi

Foto jurnalistik adalah gabungan antara gambar dan kata, sebagaimana disampaikan oleh bapak foto jurnalistik Wilson Hick (Fotomedia, April 2003). Gambar dalam foto jurnalistik merupakan foto dokumentasi atas peristiwa yang diabadikan melalui kamera, sedangkan kata-kata dalam foto jurnalistik adalah teks yang menyertai sebuah foto (Fotomedia, April 2003). Sebuah foto sebenarnya dapat berdiri sendiri, namun jurnalistik tanpa foto tidak akan lengkap, karena foto merupakan salah satu media visual untuk merekam atau menceritakan suatu peristiwa. Pada dasarnya semua foto adalah dokumentasi, dan foto jurnalistik merupakan bagian dari foto dokumentasi. Karena foto dokumentasi adalah sebutan yang dapat dikenakan pada semua foto berita dan sejarah, yang bertujuan untuk merekam suatu peristiwa, untuk disimpan sebagai arsip (R.M. Soelarko, 1985:77). Yang membedakan di antara keduanya adalah pada apakah foto tersebut dipublikasikan atau tidak (Fotomedia, April 2003). Ciri dalam foto jurnalistik memiliki nilai berita atau menjadi berita itu sendiri, melengkapi berita atau artikel dan dimuat dalam media massa (Fotomedia, April 2003:24).

Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek. Pertama, isi pesan (*content of message*), yang kedua adalah lambang (*symbol*). Kongkritnya, isi pesan itu adalah isi foto dan *caption*. Isi pesan yang bersifat *latent*, yakni pesan yang melatarbelakangi sebuah pesan. Sementara juga terdapat isi pesan yang bersifat *manifest*, yaitu pesan yang tampak tersurat. (Onong U. Effendy,

2003:312). Dua jenis isi pesan itu, dalam esai foto jurnalistik dan foto *features*, berupa lambang-lambang berbentuk foto juga konteks yang menyertainya.

Foto jurnalistik yang baik tidak hanya sekedar fokus secara teknis, namun juga fokus secara cerita. Fokus dengan teknis adalah gambar mengandung ketajaman dan kekaburan yang beralasan, dalam arti memenuhi syarat teknis fotografi. Sedangkan fokus secara cerita, kesan, pesan dan misi yang akan disampaikan kepada pembaca mudah dimengerti dan dipahami.

Sementara konsep pemaknaan sudut pengambilan gambar menurut Berger (Arthur Asa Berger, 2000: 33-34) adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1. Pemaknaan Sudut Pengambilan Gambar

<i>Signifier</i> (Penanda) Sudut Pengambilan foto	Definisi	<i>Signified</i> (Petanda)
<i>Close-up (CU)</i>	Hanya wajah	Keintiman
<i>Medium shot (MS)</i>	Hampir seluruh tubuh	Hubungan personal
<i>Long shot (LS)</i>	Setting dan karakter	Konteks, skope, jarak publik
<i>Full shot (FS)</i>	Keseluruhan	Hubungan sosial
<i>Low Angle (LA)</i>	Kamera melihat ke bawah	Kekuasaan, kekuatan
<i>High Angle (HA)</i>	Kamera melihat ke atas	Kelemahan, ketidakberdayaan

Banyak hal yang dapat diperoleh dari suatu peristiwa atau objek foto karena menyangkut pokok pikiran, gagasan serta ide yang diungkapkan oleh fotografer. Apakah foto yang diabadikan dapat menyentuh perasaan dan

emosi pembaca. Dalam pengambilan objek dan peristiwa untuk media surat kabar, wartawan foto atau fotografer dengan wartawan berita saling bekerjasama, ini untuk memudahkan pengambilan objek dan peristiwa karena berhubungan dengan judul berita. Selain itu objek dan peristiwa yang diabadikan bersifat lokal, nasional, dan internasional. Foto jurnalistik yang diabadikan berdasarkan objek dan peristiwa harus memiliki dimensi berita karena ukurannya bukan berapa jauh berita itu menjangkau, tetapi bagaimana foto itu dapat menyentuh emosi pembaca.

Foto jurnalistik mengabadikan kejadian menyangkut keberadaan objek dan terjadinya peristiwa. Hal itu bermanfaat bagi konsumen agar dapat secara jelas mengetahui kapan peristiwa itu terjadi. Pengabdian peristiwa tersebut juga mempengaruhi teknik fotografer. Fotografer menyesuaikan tipe lensa, sebagai contoh untuk kebutuhan spesifik pengambilan gambar dengan *wide angle* dan *telezoom*.

2.1.4. Ruang Lingkup Fotografi

Ruang lingkup fotografi sangat luas, suatu obyek yang menjadi bidikannya itu dapat secara umum dapat diklasifikasikan suatu keadaan yang berisikan aktivitas manusia dan benda-benda pendukung kehidupan manusia. Mengenai jenisnya sulit untuk membaginya, namun karena luasnya bidang fotografi yang setiap saat diperlukan oleh setiap manusia, dalam fotografi ada beberapa pengelompokan secara garis besar (Fotomedia, 2003:24).

Foto Manusia

Foto manusia adalah semua foto yang obyek utamanya adalah manusia.

Foto ini dibagi menjadi beberapa kategori:

- a.1. *Portrait* - adalah foto yang menampilkan ekspresi manusia dalam kesehariannya.
- a.2. *Human Interest* - adalah foto yang menggambarkan kehidupan manusia atau interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari dan membawa rasa ketertarikan dan simpati bagi orang yang menikmati foto tersebut.
- a.3. *Stage Photography* - adalah semua foto yang menampilkan aktivitas atau gaya hidup manusia yang merupakan bagian dari budaya dan dunia *entertainment* untuk dieksploitasi menjadi bahan yang menarik divisualisasikan.
- a.4. *Sport* - sport atau foto olahraga adalah foto yang menangkap aksi menarik pada olahraga.

b. Foto Nature

Jenis foto *nature* obyek utamanya adalah benda dan makhluk hidup alami seperti hewan, tumbuhan, gunung. Ada beberapa karya foto yang termasuk dalam foto *nature* yaitu:

- b.1. Foto Flora - jenis foto yang obyek utamanya berupa tumbuhan dan tanaman.
- b.2. Foto Fauna - jenis foto yang obyek utamanya berupa hewan.

b.3. Foto Lanskap - merupakan foto bentangan alam yang terdiri unsur langit, daratan dan air. Sedangkan manusia, hewan dan tumbuhan menjadi pendukung.

c. Foto Arsitektur

Adalah foto yang menampilkan keindahan bangunan baik dari segi sejarah, budaya, desain dan konstruksinya.

d. Foto *Still Life*

Adalah menciptakan gambar dari benda atau obyek mati, membuat gambar dari benda mati menjadi tampak “hidup”.

e. Foto Jurnalistik

Yaitu kegiatan fotografi yang bertujuan merekam peristiwa-peristiwa yang menyangkut manusia dan hasilnya dapat disebarluaskan kepada khalayak.

Ada delapan karakter utama yang menjadi pembeda dalam foto jurnalistik menurut Frank P. Hoy dalam bukunya yang berjudul *Photo journalism The Visual Approach*, sebagai berikut:

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.
2. Medium foto jurnalistik adalah media cetak koran atau majalah, dan media kabel atau juga internet seperti kantor berita.
3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.

4. Foto jurnalistik adalah paduan dari foto dan teks foto.
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia. Manusia adalah subyek, sekaligus pembaca foto jurnalistik.
6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audiences*). Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.
7. Foto jurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto.

Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada masyarakat. Dalam *World Press Photo Foundation* yang merupakan organisasi non profit mendukung dan memajukan standar foto jurnalistik dan fotografi dokumenter di seluruh dunia, jenis fotografi kategorikan sebagai berikut (www.worldpress.org):

1. ***Spot Photo (Foto spot)*** adalah foto yang dibuat dari peristiwa yang tidak terduga dan terjadwal langsung di lokasi kejadian. Misalnya foto kebakaran, kecelakaan, perkelahian, perang. Hasil foto ini harus segera disiarkan, dan menuntut keberanian dan keberuntungan fotografer.
2. ***General News Photo*** adalah foto-foto yang diabadikan dari peristiwa yang terjadwal, rutin, dan biasa. Temanya bisa bermacam-macam, yaitu politik, ekonomi, dan humor.
3. ***People in the News Photo*** adalah foto tentang orang atau masyarakat dalam suatu berita. Yang ditampilkan adalah orang atau pribadi yang menjadi berita itu.

4. **Daily Life Photo** adalah foto tentang kehidupan sehari-hari manusia dipandang dari segi kemanusiawianya (*human interest*). Misalnya, foto tentang pedagang gitar.
5. **Portrait** adalah foto yang menampilkan wajah seseorang secara *close-up* dan ditampilkan karena adanya kekhasan pada wajah yang dimiliki atau kekhasan lainnya.
6. **Sport Photo** adalah foto yang dibuat dari peristiwa olahraga.
7. **Science and Technology Photo** adalah foto yang diambil dari peristiwa-peristiwa yang ada kaitannya dengan ilmu pengetahuan dan teknologi.
8. **Art and culture Photo** adalah foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya.
9. **Social and Environment** adalah foto-foto tentang kehidupan sosial masyarakat serta lingkungan hidupnya.

Nilai foto jurnalistik berdasarkan materi jurnalistik yang tertuang dalam *sumsel.kemenag.go.id* yakni:

1. Aktualitas; memiliki nilai aktualitas, kejadian terbaru (terkini) yang informasinya belum didapat masyarakat.
2. Luar Biasa; memiliki nilai luar biasa dari suatu kejadian yang menjadi perhatian khalayak ramai.
3. Menarik; memiliki nilai *magnitude* bagi pembaca untuk melihat dan mengetahui.
4. Penting; memiliki nilai penting dan bermanfaat bagi masyarakat.

5. Ketokohan; memiliki nilai ketokohan yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat.
6. *Human Interest*; memiliki nilai dari sisi kemanusiaan hingga dapat menyentuh.
7. Universal; memiliki nilai yang umum yang dapat diterima masyarakat dari berbagai kalangan dan lapisan.
8. Informatif; memiliki nilai informatif yang berguna bagi masyarakat.

Dalam foto jurnalistik, komponen foto terdiri dari foto berita tunggal/*singel picture* dan foto berita seri. Pada foto berita tunggal, foto yang diterbitkan berdasar nilai aktualitas tetapi ada juga foto berita *features* yang diterbitkan tidak tergantung kepada nilai aktualitas. Sedangkan foto berita seri diterbitkan dengan jumlah foto yang banyak tetapi temanya satu (*sumsel.kemenag.go.id.*) Sedangkan ciri-ciri foto jurnalistik adalah:

1. Independen

Foto jurnalistik harus independen, tidak berpihak, lebih mengutamakan kepentingan masyarakat umum bukan kelompok atau golongan.

2. Kemampuan Teknis

Foto jurnalistik harus bisa menunjukkan bahwa karya yang dihasilkan bisa menunjukkan kekuatan pada kemampuan teknis penguasaan peralatan kamera.

3. Kepekaan

Foto jurnalistik yang dihasilkan bisa menunjukkan kepekaan terhadap objek dan juga peka terhadap sisi lain dari karya foto yang dihasilkan.

4. Memiliki Kekuatan

Karya foto yang dihasilkan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat melakukan sesuatu dalam proses perubahan menuju kebaikan dan kepedulian.

5. Intelektualitas

Karya foto jurnalistik bisa mencerminkan intelektualitas pewarta foto itu sendiri yang memegang teguh etika, santun dan memiliki sudut pandang objektif yang cerdas.

Menurut M. Syarifuddin (<http://www.jhepretclub.com/2013/04/foto-jurnalistik.html>) kegiatan jurnalistik merupakan kegiatan yang mencakup mencari, mengolah dan menyebarkan berita dan informasi, sedangkan pelaku dari kegiatan ini disebut jurnalis atau wartawan. Seorang jurnalis selain dituntut jujur dalam menyajikan informasi, juga dituntut untuk menarik minat publik untuk menikmati sajian informasi yang diberikan, baik itu dalam segi tulisan maupun foto.

Dalam perkembangannya, peran foto dalam jurnalistik sangatlah dominan, karena semakin bagus dan menarik foto yang disajikan maka akan semakin menggugah minat para pembaca. Selain itu foto juga dapat berdiri sendiri dalam menyajikan suatu berita, maka dari itu suatu foto jurnalistik sah-sah saja mempermainkan *art* di dalamnya, tidak hanya asal cukup mendokumentasikan suatu momen. Di tengah keberadaannya menghiasai media massa, foto jurnalistik tidak hanya sekedar menjadi sebuah bingkai

foto yang menggambarkan suatu berita saja, namun memiliki ragam peran penting antara lain:

1. Sebagai Dokumen Sejarah

Salah seorang fotografer, Dodo Hawe menyebut, foto jurnalistik yang memiliki peran sebagai sejarah tak jauh berbeda dengan foto dokumenter, yang sama-sama menceritakan sebuah peristiwa, yang menunjukkan kebenaran tanpa memanipulasi gambar. Sedangkan jika di masa kemerdekaan dahulu, foto jurnalistik tidak hanya sebagai menggambarkan peristiwa sejarah saja, namun juga digunakan sebagai alat komunikasi untuk memperjuangkan kemerdekaan Indonesia. Foto jurnalistik di Indonesia pertama dibuat oleh seorang warga negara Indonesia saat terjadi detik-detik ketika bangsa ini berhasil melepaskan diri dari belenggu penjajahan (www.suryaonline.co/images/sejarah-foto-jurnalistik-indonesia)

2. Sebagai Pembawa Pesan

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

Foto dalam media massa tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap pesan yang ingin disampaikan komunikator, tapi ia merupakan pesan itu sendiri. Sebuah foto yang disajikan dalam surat kabar (media massa

cetak) tidak lepas dari tujuan jurnalistik, yaitu menyebarkan berita seluas-luasnya.

Terlepas dari masalah hal teknis dalam memotret, fotografi sendiri sejatinya adalah sebuah media komunikasi, yang mengkomunikasikan pesan melalui gambar, dan terdapat beragam makna di dalamnya. Sebuah pameo ternama menggambarkan bahwa selebar foto lebih berbicara dari seribu kata. Hal ini mempunyai arti bahwa dalam menyampaikan pesan seorang manusia ikhwalnya tidak hanya selalu dengan menggunakan kata-kata konvensional yang verbal atau nonverbal (*repository.unhas.ac.id*)

3. Sebagai Pengubah Kebijakan

Memotret adalah perangkat makna aktif, tidak hanya merekam atau mendokumentasikan sebuah momen dalam bentuk gambar. Selain itu, diri fotografer sangat menentukan eksistensi adanya foto yang dihasilkan. Memotret adalah semacam bentuk dialog dengan dunia. Memotret adalah menyatakan sesuatu. Memotret adalah tindakan bermakna, yang membawa perubahan perilaku manusia tersebut. Esensi fotografi sebenarnya memiliki dua tendensi yaitu sebagai wadah untuk pemenuhan kebutuhan psikologis pencipta dan penikmatnya. Sedangkan di sisi lain sebagai media yang memiliki sarat makna dan nilai. Bersamaan dengan perkembangan teknologi yang menopang media fotografi, berkembang pula efektivitas pengaruh media terhadap

masyarakat. Karya fotografi kini mampu menjadi mediator aktif antara khalayak dan media massa.

Hal ini sejalan dengan pendapat Arbain Rambey, seorang fotografer senior sekaligus juga menjabat sebagai redaktur foto harian terkemuka di Indonesia, yang mengatakan bahwa fotografi jurnalistik itu adalah foto yang membumi dan bisa mengubah dunia. Fotografi kini tidak lagi hanya merupakan suatu wacana mengkomunikasikan produk atau gaya, akan tetapi lebih jauh berkembang menjadi suatu tontonan massa.

4. Sebagai Seni yang Berbicara

Peran fungsional fotografi dalam jurnalistik amat penting. Fotografi memiliki kemampuan memberikan deskripsi gamblang, akurat dan sesuai dengan fakta yang terekam tanpa tambahan apa pun. Dalam konteks ini, fotografi jurnalistik bisa dipandang sebagai representasi citra realis (realisme seni fotografis) yang tercetak dalam selembarnya karena mempunyai kesesuaian dengan peristiwa aktual yang disampaikan sebagai informasi. Selain itu, juga bisa mendongkrak nilai sebuah berita langsung yang disajikan pada publik, dan tujuan penyampaian sebuah berita (menginformasikan fakta, kritik terhadap ketimpangan di realitas sosial dan membangun opini publik) lebih mudah dicapai.

Hal ini tak lain karena keunggulan dari fotografi jurnalistik yang dapat mewakili realitas visual dengan tingkat presisi yang tinggi, obyektif dan menstimulir khalayak pembaca berita dengan efek realitas

tersaji. Mudahnya, fotografi jurnalistik mampu mengaduk-aduk emosi pembaca sekaligus mengetahui apa yang sesungguhnya sedang terjadi ketika memandang citra-citra realis dalam foto setelah menghubungkannya dengan ilustrasi pendukung (*lifestyle.kompasiana.com/catatan/2013/04/21/realisme-dalam-fotografi-jurnalistik- Muhammad Ichsan*).

Sebuah karya foto jurnalistik tidak hanya berdasarkan objek dan peristiwa saja, tetapi juga berhubungan dengan beberapa hal sebagai berikut (H.B Sutopo, 2006: 113-116)

a. *Angle* atau sudut pengambilan gambar

Merupakan dari sisi mana objek dan peristiwa diabadikan. Pengambilan sudut gambar pada *frame* kamera merupakan kontrol bidikan mata agar bisa mendapatkan gambar dari bagian kiri atau kanan, atas atau bawah. Teknik *framing* memberikan suatu pengertian untuk mengontrol sudut pandang dan isi. Selain itu kreativitas fotografer dalam menentukan sudut pandang sangat berpengaruh pada hasil.

b. Warna

Warna adalah kesan yang ditangkap oleh mata kita karena adanya refleksi dari obyek yang kita lihat. Warna telah diyakini memiliki representasi yang berbeda-beda terhadap kesan seseorang dalam mempersepsinya. Dengan kata lain kehadiran simbolis dari suatu warna diartikan berbeda, pada saat-saat tertentu dari warna yang lain. Setiap warna memiliki makna, antara lain:

1. Warna Merah; menampilkan kesan energi, kekuatan, hasrat, erotisme, keberanian, simbol dari api, pencapaian tujuan, darah, resiko, ketenaran, cinta, perjuangan, perang, bahaya, kecepatan, panas, perhatian, kekerasan.
2. Warna Biru; merujuk pada kesan seperti komunikasi, peruntungan yang baik, kebijakan, perlindungan, inspirasi spiritual, tenang, kelembutan, dinamis, air, laut, kreativitas, cinta, kedamaian, kepercayaan, loyalitas, kepandaian, panutan, kekuatan dari dalam, kesedihan, kestabilan, kepercayaan diri, kesadaran, pesan, ide, berbagi, idealisme, empati, dingin, konservatisme, persahabatan dan harmoni, serta kasih sayang.
3. Warna Hijau; menunjukkan warna bumi, penyembuhan fisik, kesuksesan materi, kelimpahan, kesuburan, keajaiban tanaman dan pohon, pertumbuhan, pencapaian personal, kebangkitan, pembaharuan, muda, stabilitas, daya tahan, kesegaran, alami, lingkungan, kesehatan, keamanan, rujukan, cinta, keseimbangan, ketenangan, harapan, ketergantungan, persahabatan.
4. Warna Hitam; melambangkan sengsara, berkabung, bencana, muram, kegelapan, kebodohan, misteri, ketiadaan, keputusasaan, kematian, ilmu sihir, kejahatan, dan teror.
5. Warna Ungu; merujuk pada pengaruh, pandangan ketiga, kekuatan spiritual, pengetahuan yang tersembunyi, aspirasi yang tinggi, kebangsawanan, upacara, misteri, transformasi, kebijakan,

pencerahan, arogan, intuisi, mimpi, ketidaksadaran, telepati, empati, imajinasi, hubungan spiritual, kepercayaan yang dalam, harga diri, independensi, *magic* atau keajaiban, kontemplasi dan meditasi, ambisi.

6. Warna Oranye; menunjukkan kehangatan, energi, keseimbangan, entusiasme, perluasan, pencapaian bisnis, karir, kesuksesan, keadilan, penjualan, persahabatan, kesehatan pikiran dan pengetahuan, daya tahan, kegembiraan, gerak cepat, sesuatu yang tumbuh, tekanan sosial, modal kecil, murah, ketertarikan, independen.

7. Warna Putih; melambangkan kesucian, ketentraman, kebenaran, simbol kehalusan, kelembutan, dan kewanitaan.

c. *Caption* atau keterangan foto

Dalam fotografi jurnalistik, *caption* atau keterangan foto merupakan jenis komunikasi visual sekaligus verbal sehubungan dengan pelaporan peristiwa aktual dalam jurnalistik. Oleh karena itu, *caption* sering digunakan untuk melengkapi berita dari sisi pengungkapan fakta yang belum nampak (sebagai latar belakang peristiwa) yang hendak dilaporkan. Pembaca sebuah laporan jurnalistik akan lebih mudah memahami sudut bidik pemberitaan (*angle*) berkat penambahan keterangan di bawah foto jurnalistik. Selain itu, segi aktual sebuah reportase juga menjadi lebih kuat karena didukung komunikasi citra visual foto jurnalistik yang lengkap dengan keterangannya. Sebuah karya

foto jurnalistik bisa dikatakan memiliki nilai jurnalistik apabila memenuhi syarat jurnalistik yaitu 5 W+1H (*What, Who, Where, When, Why, dan How*). *What* yaitu apa peristiwa yang sedang terjadi, *Who* yaitu siapa yang menjadi objek dalam peristiwa itu, *When* yaitu kapan peristiwa itu terjadi, *Where* yaitu dimana peristiwa itu terjadi, *Why* kenapa atau latar belakang penyebab peristiwa itu terjadi, dan *How* yaitu bagaimana peristiwa itu terjadi. Dengan *caption* atau keterangan foto yang diberikan, pembaca mudah memahami latar belakang peristiwa aktual yang akan direportasekan, dan dituntun untuk mengetahui lebih jauh lagi sejalan dengan *angle* (sudut bidik pemberitaan).

2.1.5. Semiotika

Manusia memiliki kemampuan untuk mengetahui dan menandai sebagai aspek yang saling melengkapi untuk berpikir dan merasakan. Konsep pengetahuan untuk memaknai itu sendiri masih terbagi ke dalam dua tingkatan yaitu tingkatan yang lebih tinggi dan tingkatan yang lebih rendah. Tingkat pengetahuan untuk memaknai tanda dengan tingkatan yang lebih tinggi yang terdapat dalam bahasa, pidato, musik, hukum, seni visual, dan kebudayaan pada umumnya. Semiotik merupakan disiplin ilmu untuk mengetahui pemaknaan tanda pada tingkat yang lebih tinggi.

Semiotika berasal dari bahasa Yunani *semeion*, yang berarti tanda. Secara sederhana, semiotika didefinisikan sebagai teori tentang tanda atau sistem tanda. Sedangkan tanda atau *sign* adalah sesuatu yang memiliki

makna, yang mengkomunikasikan pesan-pesan kepada seseorang (Ratna Noviani, 2002:77).

Menurut Aart Van Zoest, semiologi memiliki dua pendekatan yang dipelopori oleh Charles Sanders Peirce dan Ferdinand de Saussure. Jika mengikuti Charles Sanders Peirce, maka semiotika tidak lain daripada sebuah nama lain bagi logika, yakni “doktrin formal tentang tanda-tanda” (*the formal doctrine of signs*); sementara bagi Ferdinand de Saussure, semiologi adalah sebuah ilmu umum tentang tanda, “suatu ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di dalam masyarakat” (*Semiotika*) (Kris Budiman, 1999:107). Perbedaan pendekatan semiotik di antara keduanya adalah bagi Peirce, pendekatan semiotikanya lebih menekankan pada logika, sedangkan Saussure lebih menekankan pada linguistik.

Bagi Pierce yang merupakan ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya manusia hanya dapat berpikir lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda (Arthur Asa Berger, 2000:39). Sedangkan menurut Saussure, tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau petanda (*signified*). Dengan kata lain, penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Jadi, penanda adalah aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep. Jadi, petanda adalah aspek mental dari bahasa (K. Bertens, 2001:180). Suatu penanda tanpa petanda tidak berarti

apa-apa dan karena itu tidak merupakan tanda. Sebaliknya, suatu petanda tidak mungkin disampaikan atau ditangkap lepas dari penanda; petanda atau yang ditandakan itu termasuk tanda sendiri dan dengan demikian merupakan suatu faktor linguistik. Penanda dan petanda merupakan kesatuan seperti dua sisi dari sehelai kertas.

Pada dasarnya, konsep utama semiotika mencakup tiga elemen dasar yang dapat digunakan untuk melakukan interpretasi tanda, yaitu:

1. Tanda (*sign*), adalah yang memimpin pemahaman obyek kepada subyek. Tanda selalu menunjukkan kepada suatu hal yang nyata, seperti benda, kejadian, tulisan, peristiwa dan sebagainya. Tanda adalah arti yang statis, lugas, umum, dan obyektif.
2. Lambang (*symbol*), adalah keadaan yang memimpin pemahaman subyek kepada obyek. Pemahaman masalah lambang akan mencakup penanda (*signifier*), dan petanda (*signified*). Penanda adalah yang menandai sesuatu yang tidak seorang pun manusia yang sanggup berhubungan dengan realitas kecuali dengan perantara bermacam tanda. Menurut Ferdinand de Saussure, tanda atau lambang mempunyai entitas yaitu:
 - a. *Signifier (sound image)*, tanda atau penanda, merupakan bunyi dari tanda atau kata.
 - b. *Signified (concept)*, makna atau petanda, merupakan suatu konsep atau makna dari tanda tersebut.

Hubungan antara *signifier* dan *signified* menurut Saussure bersifat *arbitrary*, yang berarti tidak ada hubungan yang logis. Menurutnya, tanda

“mengekspresikan” gagasan sebagai kejadian mental yang berhubungan dengan pemikiran manusia. Jadi secara implisit, tanda berfungsi sebagai alat komunikasi antara dua orang manusia yang secara disengaja dan bertujuan untuk menyatakan maksud (Panuti Sudjiman dan Aart Van Zoest,1996:vii).

3. Isyarat (*signal*), adalah suatu hal atau keadaan yang diberikan oleh si subyek kepada obyek.

2.1.6. Semiotika Model Barthes

Roland Barthes mengembangkan dua sistem pertandaan bertingkat berdasarkan semiotika struktural yang dikembangkan Saussure, yaitu disebutnya sebagai sistem *denotasi* dan *konotasi*. Sistem denotasi terdiri dari rantai penanda dan petanda, yakni hubungan materealitas penanda dan konsep abstrak yang ada dibalikinya. Sistem denotasi merupakan sistem pertandaan tingkat pertama. Pada tingkat denotasi, bahasa menghadirkan konvensi atau kode-kode yang bersifat eksplisit, yakni kode-kode yang makna tandanya segera tampak ke permukaan berdasarkan relasi penanda dan petandanya. Pada sistem konotasi rantai penanda/petanda pada sistem denotasi menjadi penanda, dan seterusnya berkaitan dengan petanda yang lain pada rantai pertandaan yang lebih tinggi. Sistem konotasi merupakan sistem pertandaan tingkat kedua. Menurut Barthes, pada tingkat konotasi, sistem kode tandanya bermuatan makna-makna tersembunyi atau dengan kata lain bahasa menghadirkan kode-kode yang makna tandanya bersifat implisit (Piliang, 2003:155).

Roland Barthes menciptakan dua tingkatan pertandaan (*staggered systems*) yang juga memungkinkan untuk menghasilkan makna yang bertingkat pula. Tingkatan pertandaan tersebut adalah denotasi (*denotation*) dan konotasi (*connotation*). Pada tingkat denotasi, pertandaan menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau antara tanda dan rujukannya pada realitas. Pada tingkat denotasi makna yang dihasilkan bersifat eksplisit, langsung, dan pasti. Makna denotasi (*denotative meaning*), dalam hal ini adalah makna pada apa yang tampak. Denotasi adalah tanda yang penandanya mempunyai konvensi atau kesepakatan tingkat tinggi. Sedangkan pada tingkat konotasi makna yang dihasilkan dari hubungan antara penanda dan petanda bersifat implisit, tidak langsung dan tidak pasti yang memungkinkan terhadap berbagai kemungkinan. Pada tingkat konotasi, aspek psikologis seperti perasaan, emosi, atau keyakinan dikaitkan dengan penanda yang menghasilkan makna-makna lapis kedua. Makna lapis kedua tersebut bersifat implisit, tersembunyi, yang disebut makna konotatif (*connotative meaning*). Mitos, dalam pemahaman semiotika Barthes, adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial (yang sebetulnya arbiter atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah. Roland Barthes melihat mitos sebagai tahap pemaknaan yang lebih dalam tingkatannya, akan tetapi bersifat konvensional (Piliang, 2003:261).

Faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama. Penanda tatanan pertama merupakan tanda konotasi. Barthes menegaskan bahwa setidaknya pada foto, perbedaan konotasi dan denotasi menjadi jelas.

Denotasi merupakan reproduksi mekanis di atas film tentang objek yang ditangkap kamera. Konotasi merupakan bagian manusiawi dari proses tersebut. Hal tersebut mencakup seleksi atas apa yang masuk dalam *frame*, fokus, rana sudut pandang kamera, kualitas dari film yang digunakan. Denotasi adalah *apa* yang difoto, sedangkan konotasi adalah *bagaimana* memfotonya. (Fiske, 1990:119).

Mitos adalah cara penandaan (*signification*) sebuah bentuk. Pertama-tama kita harus mendeskripsikannya sebagai sebuah bentuk. Sebab mitos adalah tipe wicara, segala sesuatu bisa dijadikan mitos asalkan disajikan oleh sebuah wacana. Mitos tidak ditentukan oleh objek pesannya, namun oleh cara dia mengutarakan pesan itu sendiri (Barthes, 2009:152).

Dalam sistem semiologi kita berhadapan dengan tiga istilah, yaitu penanda, petanda, dan tanda. Tanda adalah kesatuan asosiatif penanda dan petanda. Di antara penanda, petanda, dan tanda terdapat implikasi fungsional yang amat erat, yang memiliki peranan penting untuk mengkaji mitos dalam skema semiologis apabila kita melihat perbedaan di antara ketiganya (Barthes, 2009:158-159).

Mitos adalah sistem khusus yang terbentuk dari serangkaian rantai semiologis yang telah ada sebelumnya. Mitos adalah sistem semiologis tingkat kedua. Mitos melihat materi-materi seperti bahasa, fotografi, lukisan, poster, ritual, objek-objek, dan lain-lainnya hanya sebagai bahan mentah, sehingga kesatuannya adalah bahwa mereka berubah status hanya menjadi bahasa. Mitos hanya ingin melihat sekumpulan tanda di dalamnya, sebuah

tanda global yang merupakan istilah terakhir (ketiga) dari rangkaian semiologis tingkat pertama (Barthes, 2009:161).

Interpretations of myths require an understanding of the culture from which the sign is taken (Rose, 2001). The myth is what is created by the image, regardless of the truth of that meaning (Barthes, 1972; Rose, 2001). The ideologies of any culture are considered myths (Chandler, 2004). In this sense, the word 'myth' is referring to a possible fictitious or unproven story or outcome (McNeill, 1999). As Barthes (1972) states (p.112), "This is the case with mythology: it is a part both of semiology inasmuch as it is a formal science, and of ideology inasmuch as it is an historical science: it studies ideas-in-form." The mythical concept can originate from one signifier or a mass of signifiers but leads to some form of signification (Barthes, 1972).

Mitos adalah apa yang diciptakan oleh gambar, terlepas da kebenaran makna tersebut (Barthes, 1972; Rose, 2001). Setiap ideologi budaya dianggap sebagai mitos (Chandler, 2004). Dalam pengertian ini, kata "mitos" mengacu pada kemungkinan fiktif atau cerita yang belum terbukti (McNeill, 1999). Menurut Barthes (1972) (p.112), "ini adalah kasus dengan mitos: ini merupakan bagian kedua dari semiologi karena itu adalah ilmu formal dan ideologi karena itu adalah ilmu sejarah: ia mempelajari ide-dalam-bentuk". Konsep mitos bisa berasal dari satu penanda atau massa penanda tetapi menyebabkan beberapa bentuk signifikasi (Barthes, 1972). (Barthes, 2009: 118)

Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem pemaknaan tataran kedua, yang dibangun atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sistem kedua ini oleh Barthes disebut dengan konotatif, yang berbeda dengan denotatif atau pemaknaan tataran pertama. Tanda denotatif terdiri atas penanda dan petanda. Pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif. Jadi, tanda konotatif tidak sekadar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Hal ini dijelaskan dalam peta bagaimana tanda bekerja oleh Barthes.

Barthes mengembangkan dua tingkatan pertandaan (*two way of signification*), yang memungkinkan untuk dihasilkannya makna yang juga bertingkat-tingkat, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda atau antara tanda dan rujukannya pada realitas yang menghasilkan makna eksplisit, langsung dan pasti (Yasraf Amir Piliang, 2003:155).

Sedangkan konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti (artinya terbuka terhadap berbagai kemungkinan). Ia menciptakan makna-makna lapis kedua, yang terbentuk ketika penanda dikaitkan dengan berbagai aspek psikologis seperti perasaan, emosi atau keyakinan (Yasraf Amir Piliang, 2003:47).

Model Barthes ini dikenal dengan signifikasi dua tahap (*two way of signification*) seperti yang terlihat dalam gambar di bawah ini:

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>Conotative Signifier</i> (penanda konotatif)	<i>Conotative signified</i> (petanda konotatif)
<i>Conotative sign</i> (tanda konotatif)	

Gambar 2.2. Peta Tanda Roland Barthes

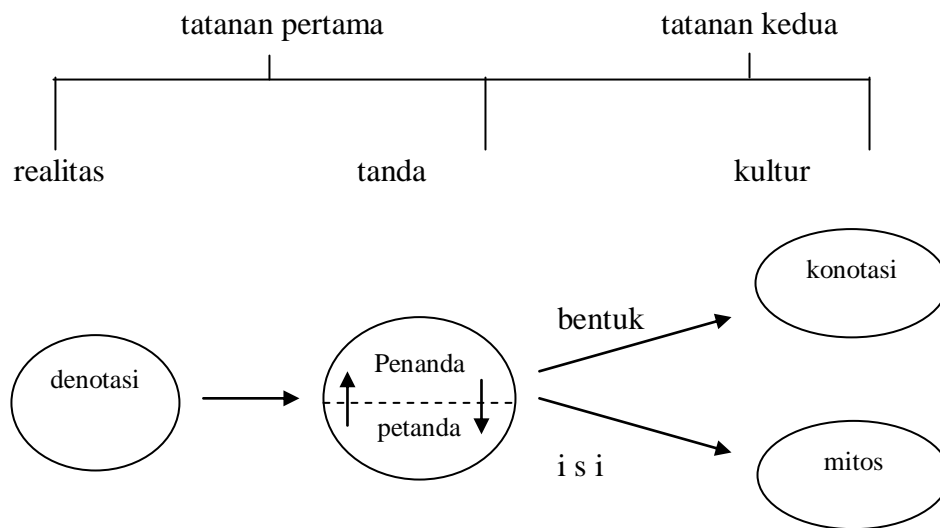
(Sumber: Paul Cobey & Litza Jansz dalam Alex Sobur, 2004:69)

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi pada saat bersamaan, tanda denotatif

adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material. Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

Roland Barthes juga melihat makna yang lebih dalam tingkatannya, yaitu makna-makna yang berkaitan dengan mitos. Mitos adalah cerita yang digunakan untuk menjelaskan atau memahami beberapa aspek dari realitas atau alam. Bagi Barthes, mitos merupakan cara berpikir dari suatu kebudayaan tentang sesuatu, cara untuk mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu. Tidak ada mitos yang universal pada suatu kebudayaan. Mitos ini bersifat dinamis. Mitos berubah dan beberapa di antaranya dapat berubah dengan cepat guna memenuhi kebutuhan perubahan dan nilai-nilai kultural dimana mitos itu sendiri menjadi bagian dari kebudayaan tersebut. Konotasi dan mitos merupakan cara pokok tanda-tanda berfungsi dalam tatanan kedua pertandaan, yakni tatanan tempat berlangsungnya interaksi antara tanda dan pengguna atau budayanya yang sangat aktif (John Fiske, 1990:40).

Teori tentang mitos tersebut kemudian diterangkannya dengan mengetengahkan konsep konotasi, yakni pengembangan segi *signified* (petanda) oleh pemakai bahasa. Pada saat konotasi menjadi mantap, ia akan menjadi mitos, dan ketika mitos menjadi mantap, ia akan menjadi ideologi. Akibatnya, suatu makna tidak lagi dirasakan oleh masyarakat sebagai hasil konotasi (Benny H. Hoed, 2008:10), seperti pada gambar berikut:



Gambar 2.3. Tatanan Pertandaan Barthes

(Sumber: Alex Sobur, 2004:106)

Gambar tatanan pertandaan Barthes ini menunjukkan bahwa pada tatanan kedua, sistem tanda dari tatanan pertama disisipkan ke dalam sistem nilai budaya. Denotasi dalam arti umum adalah makna yang sesungguhnya, bahkan terkadang dirancukan sebagai referensi atau acuan. Denotasi adalah penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Namun menurut Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama. Sedangkan konotasi merupakan signifikasi tingkat kedua. Dalam hal ini, digambarkan bahwa denotasi lebih menitikberatkan pada ketertutupan makna (John Fiske, 1990:88).

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberi pembenaran nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Alex Sobur, 2004:106).

Makna konotasi juga dapat berubah dari waktu ke waktu. Misalnya kata ”ceramah”, dulu kata ini berkonotasi negatif karena berarti ”cerewet”, tapi sekarang konotasinya positif. Jadi makna konotatif merupakan makna tambahan yang dapat bersifat positif maupun negatif. Arthur Asa Berger mencoba membandingkan antara konotatif dan denotatif sebagai berikut:

Tabel 2.2. Perbandingan Antara Konotatif dan Denotatif

KONOTATIF	DENOTATIF
Pemakaian figur	Literatur
Petanda	Penanda
Kesimpulan	Jelas
Memberi kesan tentang makna	Menjabarkan
Dunia mitos	Dunia keberadaan / eksistensi

(Sumber: Berger, 2000:33)

2.1.7. Teori Rasa Jawa

Estetika atau keindahan itu menjadi milik siapa saja dan berkaitan erat dengan cita rasa. Cita rasa sendiri adalah lukisan jiwa yang terdalam. Estetika dan cita rasa erat dengan bagaimana jiwa dikemas, ibaratnya seperti sajian makanan.

Dalam teori rasa Jawa, dikenal dengan dua hal yang berlawanan. Teori rasa mengandalkan gerakan jiwa. Rasa manusia selalu memiliki oposisi (berlawanan). Oposisi ini dalam pandangan Levi-Strauss disebut oposisi biner (*binary opposition*). Artinya dua hal yang berlawanan, seperti siang dan

malam, utara dan selatan, dan lainnya. Rasa Jawa itu bermacam-macam, tetapi kalau dijabarkan, sebagian besar ada dua rasa yang berposisi.

Rasa adalah milik siapa saja, dan dalam jiwa kita ada rasa yang ikut memainkan jiwa, yakni rasa Jawa. Rasa Jawa, mungkin berbeda-beda dengan rasa-rasa yang lain, di dalam rasa ada balutan-balutan lain yang ikut memberikan nuansa. (Endraswara, 2013: 79-88)

a. Rasa Senang dan Susah

Rasa senang dan susah telah memberikan bunga-bunga hidup orang Jawa. Rasa itu silih berganti, tiap detik, menit, jam, hari dan minggu sering berubah. Oleh karena di sela-sela waktu dan kesempatan itu, orang Jawa selalu menginginkan berbagai hal. Misalnya, kalau bepergian ke pasar bisa membeli barang yang diharapkan, maka rasa senang akan muncul. Namun, jika barang itu tiba-tiba hilang dicuri orang atau rusak, maka rasa senang spontan berubah menjadi rasa susah, dan seterusnya.

Seperti dalam pemikiran (Suryomentaram, 2002:96) rasa senang dan susah dapat dikatakan sebagai *sandhanganing manungsa*, artinya seperti pakaian hidup yang harus dikenakan setiap saat. Meskipun demikian, manusia tentu berusaha mati-matian untuk mencari, menghindari atau menolak sesuatu, walaupun itu tidak pantasnya dicari, ditolak atau dihindari.

Kendati demikian, orang Jawa tidak mengenal jiwa selamanya, sebab yang ada itu tidak pernah kekal dan yang ada selalu sementara. Termasuk dengan rasa senang dan susah yang sifatnya hanya sementara. Orang Jawa menyatakan *mung sagebyaran* atau *segebyaring thathit*, artinya hanya

sekejab. Jadi rasa senang dan susah mungkin akan terjadi dalam waktu yang singkat.

Ketika orang dapat memahami senang dan susah, akan menjadi daya sugesti hidup. Sugesti diri akan terbangun terus menerus, bahwa senang dan susah tidak mungkin lepas dari jiwa manusia, meskipun kedua rasa itu hanya untuk sementara.

b. Rasa Tenteram

Menurut teori rasa Jawa, rasa tenteram termasuk kategori rasa yang tinggi. Arah rasa itu semakin memuncak, *tumenga*, bukan menurun. Hampir semua orang mendambakan rasa tenteram, entah dengan jalan apa yang ditempuh, tenteram menjadi cita-cita hidup.

Tenteram adalah suasana jiwa yang istimewa. Orang Jawa memahami rasa sungguh istimewa. Puncak rasa yang mereka dambakan, yaitu *tata titi tenterem*. Artinya, suasana yang benar-benar tenang, mententeramkan. Rasa tenteram adalah keadaan jiwa damai yang sulit dilukiskan. Ketika jiwa tidak merasa terancam, jiwa bebas, dan segala keinginan terpenuhi, rasa tenteram yang akan diperoleh.

Tenteram bukanlah urusan setelah mati, dan dapat dinikmati saat orang Jawa masih di dunia. Rasa tenteram akan menciptakan suasana jiwa yang damai. Rasa tenteram dan damai dibangun pula oleh strategi berpikir positif. Terlebih lagi, kalau orang Jawa sudah menggunakan pola berpikir *mupus gedhang*, artinya segalanya dianggap telah terjadi, mau diapakan lagi. Maka dengan berpikir positif, orang Jawa mengatakan “*sing uwis ya uwis*”, artinya

yang telah terjadi tidak harus disesali setengah mati, yang telah terjadi adalah pelajaran berharga.

c. Rasa Bebas dan Cinta Kasih

Stemming (suasana hati) memang sulit diterka. Suasana hati yang akan memunculkan sebuah simpati dan empati. Simpati adalah rasa bebas yang bisa menyelami rasa orang lain. Andaikan diri sendiri mengalami seperti orang lain bagaimana, itulah simpati dan berkembang menjadi empati.

Rasa bebas adalah rasa tidak bertentangan (konflik). Apabila orang melihat sesuatu dan mengerti sifatnya, ia akan merasa bebas, yakni tidak berselisih dengan yang dilihat dan dimengerti. Melihat dan mengerti itu tidak hanya melalui panca indera, tetapi juga rasa hati atau pikiran. Rasa bebas dipupuk oleh jiwa berpikir positif.

Melihat dan mengerti merupakan syarat mutlak untuk mencapai “rasa bebas”. Dengan melihat dan mengerti sifat alamiah dari suatu benda, maka orang akan bebas dari segala macam kesulitan yang mungkin timbul sehubungan dengan benda tersebut. Begitu pun mengerti saja tanpa disertai melihat, tidak akan melahirkan rasa bebas. Bila melihat dan mengerti itu serentak terjadi, maka timbullah rasa bebas. Rasa bebas itu melahirkan rasa damai, sedangkan rasa tidak bebas membuat orang diliputi kegelisahan, tanda tanya, bingung, ragu-ragu, bimbang dan khawatir.

Sementara itu, wujud cinta kasih ialah segala hasrat dan usaha yang bebas dari kepentingan diri sendiri (*sepi ing pamrih*). Atau segala hasrat untuk membahagiakan orang lain. Dalam cinta kasih, dapat dilihat dan

dipahami bahwa semua orang hidup rasanya sama, yaitu sebentar ia merasa senang dan sebentar ia merasa susah. Cinta kasih dalam teori rasa termasuk akan membebaskan tekanan jiwa. Jiwa menjadi bebas, tidak mengalami stres berat dan berubah menjadi periang.

2.2. Penelitian Terdahulu

Teori semiotika merupakan teori yang paling tepat digunakan untuk menganalisis makna dan pesan sebuah karya fotografi. Penelitian mengenai makna dan pesan yang terkandung dalam sebuah karya fotografi telah sering dilakukan dengan menggunakan teori semiotika, seperti penelitian yang dilakukan oleh Kesturi Handaryani dalam skripsinya berjudul “Pluralisme di Indonesia dalam Foto Jurnalistik”. Penelitian tersebut menggunakan teori semiotika untuk menganalisis foto-foto yang berkaitan dengan pluralisme Indonesia yang terdapat di dalam buku “mata hati 1965-2007” terbitan Kompas Gramedia dan berisi karya-karya foto jurnalistik pewarta foto harian Kompas. Dengan menggunakan teori semiotika, Kesturi berhasil menganalisis makna dan pesan yang terkandung dalam foto-foto pluralisme di Indonesia dalam buku tersebut, dan mengambil kesimpulan bahwa pluralisme di Indonesia merupakan salah satu aspek yang sangat penting karena keanekaragaman suku, budaya maupun agama yang ada di Indonesia (Kesturi Handaryani, 2009).

Teori semiotika juga digunakan oleh Ridhwan Elmamora dalam skripsinya berjudul “Studi Semiotika Makna Pesan Foto Jurnalistik dalam

Buku Essai Foto Rama Surya, yang kuat yang kalah”. Dalam penelitiannya, Ridhwan menganalisis foto-foto jurnalistik dalam buku “yang kuat yang kalah” karya Rama Surya dengan teori semiotika, dimana dengan menggunakan teori tersebut, Ridhwan berhasil menyimpulkan makna dan pesan dalam buku tersebut yaitu sebuah ironi dalam kehidupan, dimana dalam kehidupan ini sebagian makhluk-makhluk yang menggenggam kekuatan dan kemauan yang dahsyat justru mengarungi hidup sebagai yang kalah dan juga yang lemah (Ridhwan Elmamora, 2007).

Dengan teori yang telah disampaikan diatas penulis melakukan penelitian untuk memahami sebuah pesan lewat tanda yang terkandung dalam sebuah karya foto jurnalistik. Pada penelitian bertujuan untuk mendiskripsikan dan menjelaskan makna nilai rasa Jawa dalam foto jurnalistik karya Gigih M Hanafi pada buku “*Letusan Gunung Merapi 2010 – Sebuah Catatan Jurnalistik*”. Diharapkan diharapkan dapat memberikan sumbangan teoritis berupa penambahan kajian semiotika pada bidang fotografi serta bermanfaat bagi masyarakat dengan memberikan pengetahuan secara lebih mendalam tentang fotografi jurnalistik dengan menggunakan teori rasa jawa.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir penelitian ini bertolak dari peristiwa meletusnya Gunung Merapi 2010 yang menjadi berita besar pada tahun 2010. Dengan adanya peristiwa meletusnya Gunung Merapi tersebut berbagai media massa pun mulai menyoroti dan menginformasikan kepada khalayak. Media massa

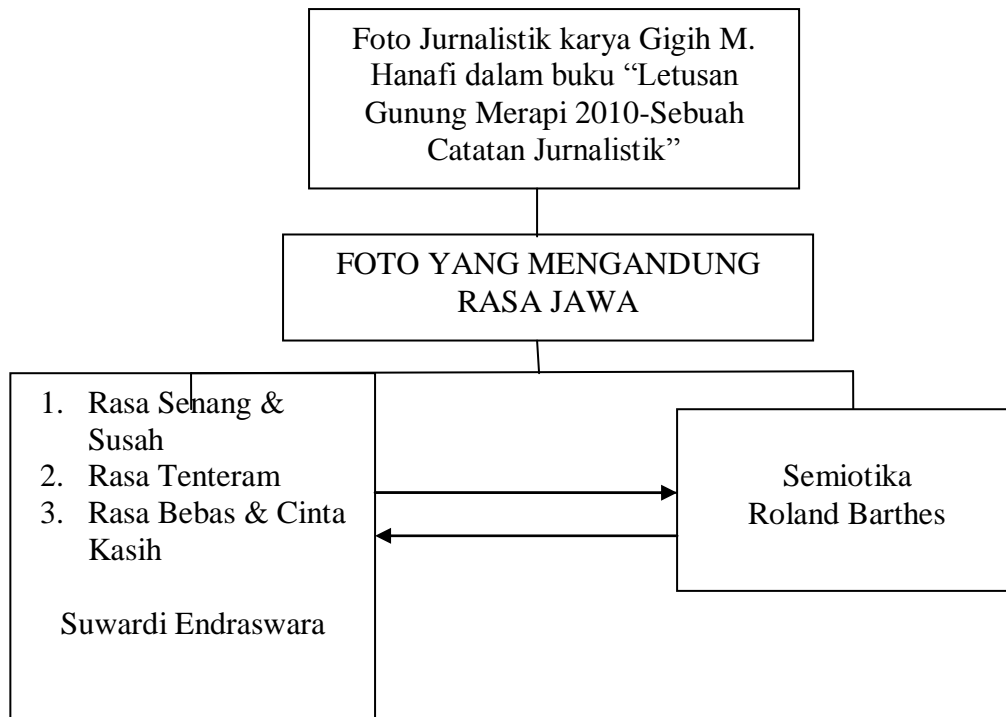
khususnya cetak dalam kaitannya sebagai jendela informasi berlomba-lomba menjadikan liputan peristiwa langsung meletusnya Gunung Merapi yang mengeluarkan awan panas dengan porsi berita yang sangat banyak dan variatif.

Solopos dan Harian Jogja sebagai salah satu media cetak lokal milik Bisnis Indonesia Grup juga ikut andil dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Melalui penerbitan sebuah buku berjudul “Letusan Gunung Merapi 2010 – Sebuah Catatan Jurnalistik”, mencoba memberikan sebuah gambaran yang hidup bagaimana proses serta efek dari letusan Gunung Merapi 2010. Kepanikan korban, kerusakan alam hingga solidaritas kemanusiaan terekam dalam buku ini secara utuh dalam bahasa fotografi dan tulisan.

Dalam buku yang berisi catatan tentang kejadian sebelum, selama dan sesudah Gunung Merapi meletus pada periode Oktober-November 2010 tersebut terdapat sebuah karya fotografi jurnalistik dari fotografer Gigih M. Hanafi yang cukup mewakili kedahsyatan letusan Gunung Merapi. Di sinilah fotografi jurnalistik ikut berperan dalam upaya menyajikan realitas wilayah bencana melalui bidikan lensa. Fotografi jurnalistik dalam buku ini juga mempunyai keistimewaan tersendiri sehingga melalui sebuah foto saja cukup mewakili betapa dahsyatnya letusan Gunung Merapi.

Teori semiotik akan digunakan dalam menganalisis isi pesan, serta makna yang terkandung dalam foto jurnalistik yang lazim digunakan dalam penelitian-penelitian terdahulu, penulis anggap masih merupakan metode

terbaik guna menganalisis isi pesan serta makna yang terkandung dalam foto jurnalistik.



Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran