

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian Pustaka merupakan salah satu bagian penting dari keseluruhan langkah-langkah metode penelitian. Kajian pustaka ini memiliki tujuan utama yaitu untuk menentukan apa yang telah dilakukan orang yang berhubungan dengan topik penelitian yang akan dilakukan.

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian, yaitu relevansi, kemutakhiran, dan keaslian. Relevansi berarti teori yang dikemukakan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Kemutakhiran berarti terkait dengan kebaruan teori atau referensi yang digunakan.

Penggunaan jurnal atau internet sebagai referensi untuk mengemukakan landasan teori lebih diutamakan. Keaslian terkait dengan keaslian sumber, maksudnya supaya peneliti menggunakan sumber aslinya dalam mengemukakan teori. Jangan sampai peneliti mengutip dari kutipan orang lain, dan sebaiknya dicari sumber aslinya (Sugiyono, 2013:291)

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

2.1.1.1 Pipit Permatasari, (2008), Analisis Semiotika Terhadap Citra Perempuan Di Rubrik ‘Liputan Malam’ Majalah Populer Edisi Januari 2008. Sripsi Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta Konsentrasi Jurnalistik Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam.

Penelitian ini dilatar belakangi berbagai majalah dewasa yang ada, maka dalam penelitian ini penulis memilih majalah populer sebagai subjek penelitian dikarenakan selain terbit satu bulan satu kali, dan kualitas dan kuantitasnya pun memberikan daya tarik tersendiri, ini terbukti dari eksistensinya yang tidak perlu lagi diragukan. Selain itu juga majalah populer mengemas perempuan dalam setiap edisinya dalam bentuk feature seperti kehidupan malam. Yang kesemua itu mencirikan dari gemerlapnya budaya hedonisme bagi orang-orang yang ingin mencari kesenangan setelah beraktifitas dalam rutinitas setiap harinya.

Penelitian terdahulu ini merupakan penelitian melalui metode kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Studi penelitian bertujuan untuk seperti apa citra yang dibentuk media massa dalam hal ini di rubrik liputan malam majalah populer dalam memberitakan seputar perempuan.

Hasil penelitian analisis ini terhadap makna teks dan gambar, dan berdasarkan data-data dan sumber-sumber yang mendukung penelitian ini, maka pencitraan perempuan dapat diketahui kalau media massa dalam hal ini majalah populer di rubrik liputan malam, menggambarkan citra perempuan hanya sebagai

penghibur, pelengkap dan pemuas nafsu bagi para pencari hiburan dunia malam. Juga dalam menganalisis makna dalam teks dan gambar Roland menggunakan teori signifikasi dua tahap, adapun tahap-tahap penelitiannya adalah Denotasi, Konotasi, Mitos. Mitos itu sendiri terdiri dari ahli mitos, pembaca mitos, pemeriksa mitos.

2.1.1.2 Trigustia Pusporini, (2008), Analisis Semiotika Rubrik Fashion Style Majalah Kawanku, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Konsentrasi Jurnalistik Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi.

Pada skripsi ini media yang akan diteliti adalah majalah remaja putri *Kawanku*. Penelitian ini mengambil subjek majalah remaja karena majalah ini dibuat untuk remaja. Didalam majalah ini banyak sekali rubrik-rubrik yang bisa di baca oleh remaja, seperti info, tips-tips soal kecantikan, kesehatan, profil artis, orang terkenal, ramalan bintang, dan tak ketinggalan yaitu tentang *fashion Style*. Majalah yang termasuk kedalam grup *kompas gramedia* ini telah mengalami perubahan isi dan format dari majalah yang dibuat untuk pembaca anak-anak umur 12-15 tahun (bisa dikatakan majalah lanjutan bagi pembaca majalah anak-anak bobo, juga dari kelompok *kompas gramedia*). Dengan slogannya waktu itu : kawanku STIL (Sudah Tidak Insan Lagi). Kemudian berubah menjadi majalah remaja khusus putri (dengan sasaran pembaca umur 13-18 tahun. Kawanku memiliki sebutan khusus bagi para pembacanya, yakni *Girls* atau *Gals* (sebutan khusus ini tidak dimiliki majalah lain sejenis sejenis, seperti gadis).

Penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis Roland Barthes. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat.

Hasil penelitian ini menunjukkan foto *fashion style* yang terdapat pada majalah kawanku diteliti dari bulan november sampai desember tahun 2008 dapat memberikan inspirasi baru dalam berpakaian atau berbusana. Karena pakaian tahun 1970-an yang dulu pernah tren kini kembali hadir dan kembali disukai para remaja putri, dan hal ini menjadikan dunia *fashion style* semakin berkembang.

2.1.1.3 Imam Mukti, M Iqbal Sultan, Tuti Bahfiarti, (2015), Semiotika Ikon Perempuan Pada Iklan Mobil Dalam Majalah Otomotif Autoexpert, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin, jurnal komunikasi Kareba vol.04 no.03 juli 2015

Penelitian ini bertujuan untuk Mengkaji secara mendalam mengenai representasi perempuan pada iklan mobil dalam majalah otomotif autoexpert , menggambarkan secara keseluruhan mengenai makna Ikon Perempuan di majalah otomotif autoexpert, dengan mengidentifikasikan tanda-tanda yang terdapat dalam iklan-iklan tersebut. mendeskripsikan mitos Ideologi pada iklan mobil dalam majalah otomotif autoexpert .

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Metode ini digunakan karena peneliti ingin mengetahui tentang fenomena pemaknaan mengenai Ikon Perempuan dalam iklan mobil di majalah otomotif autoexpert secara mendalam, dengan menggunakan teknik dokumentasi, data literatur dan wawancara kepada beberapa pakar semiotik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Representasi perempuan dalam iklan mobil di majalah otomotif autoexpert cenderung merepresentasikan perempuan dengan tema dan cara yang bias gender. Tubuh perempuan dieksploitasi untuk kepentingan komersial dalam industri periklanan. Di dalamnya terdapat makna

Denotatif dan Makna Konotatif, yang selanjutnya menghasilkan Mitos Kecantikan, Mitos Keindahan dan Mitos Seksualitas. Ideologi yang terbangun dalam iklan mobil pada majalah otomotif autoexpert yaitu Ideologi gender, Ideologi konsumerisme dan ideologi kapitalisme.

Tabel 2.1

Matriks Penelitian Terdahulu Tentang ikon perempuan pada iklan mobil dalam majalah otomotif autoexpert 2015

No.	Item	Peneliti 1
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Imam Mukti, M Iqbal Sultan, Tuti Bahfiarti, (2015), Semiotika Ikon Perempuan Pada Iklan Mobil Dalam Majalah Otomotif Autoexpert, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin, jurnal komunikasi Kareba vol.04 no.03 juli 2015
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang fenomena pemakaian mengenai Ikon Perempuan dalam iklan mobil di majalah otomotif autoexpert secara mendalam
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori	Studi analisis semiotika Roland Barthes
5.	Hasil	Hasil Penelitian ini adalah Representasi perempuan dalam iklan mobil di majalah otomotif autoexpert cenderung merepresentasikan perempuan dengan tema dan cara yang bias gender. Tubuh perempuan dieksploitasi untuk kepentingan komersial dalam industri periklanan. Di dalamnya terdapat makna Denotatif dan Makna Konotatif, yang selanjutnya menghasilkan Mitos Kecantikan, Mitos Keindahan dan Mitos Seksualitas. Ideologi yang terbangun dalam iklan mobil pada majalah otomotif autoexpert yaitu Ideologi gender, Ideologi konsumerisme dan ideologi kapitalisme.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Persamaan antara penelitian saya dengan penelitian tersebut yaitu membahas mengenai analisis penggambaran perempuan dalam sebuah majalah. Sedangkan, perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.
7.	Kritik	Kritik terhadap penelitian ini adalah detail ke khususnya pada objek penelitian terlalu luas dan hanya terpaku pada satu pembahasan saja yaitu sensualitas perempuan

Tabel 2.2

Matriks Penelitian Terdahulu Tentang analisis semiotika terhadap citra perempuan dalam rubrik liputan malam majalah populer edisi januari 2008

No.	Item	Peneliti 2
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Pipit Permatasari, 2008, universitas islam negri syarif hidayatullah jakarta konsentrasi jurnalistik jurusan komunikasi dan penyiaran islam yang berjudul “analisis semiotika terhadap citra perempuan di rubrik ‘liputan malam‘ majalah populer edisi januari 2008” 2008
2.	Tujuan Penelitian	Studi penelitian bertujuan untuk seperti apa citra yang dibentuk media massa dalam hal ini di rubrik liputan malam majalah populer dalam memberitakan seputar perempuan.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori	Analisis semiotika Roland Barthes
5.	Hasil	Hasil penelitian analisis ini terhadap makna teks dan gambar, dan berdasarkan data-data dan sumber-sumber yang mendukung penelitian ini, maka pencitraan perempuan dapat diketahui kalau media massa dalam hal ini majalah populer di rubrik liputan malam, menggambarkan citra perempuan hanya sebagai penghibur, pelengkap dan pemuas nafsu bagi para pencari hiburan dunia malam.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Persamaan antara penelitian saya dengan penelitian tersebut yaitu membahas mengenai perempuan yang ada di dalam majalah populer. Sedangkan, perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.
7.	Kritik	Kritik terhadap penelitian ini adalah detail ke khususnya pada objek penelitian terlalu luas dan hanya terpaku pada satu pembahasa yakni citra perempuan

Tabel 2.3

Matriks Penelitian Terdahulu Tentang analisis semiotika rubrik fashion style majalah kawanku 2008

No.	Item	Peneliti 3
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Trigustia Pusporini Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta konsentrasi jurnalistik jurusan komunikasi dan penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang berjudul “analisis semiotika rubrik fashion style majalah kawanku”
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4.	Teori	Analisis semiotika Roland Barthes
5.	Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan foto fashion style yang terdapat pada majalah kawanku diteliti dari bulan November sampai Desember tahun 2008 dapat memberikan inspirasi baru dalam berpakaian atau berbusana. Karena pakaian tahun 1970-an yang dulu pernah tren kini kembali hadir dan kembali disukai para remaja putri, dan hal ini menjadikan dunia fashion style semakin berkembang.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan Peneliti lakukan	Persamaan antara penelitian saya dengan penelitian tersebut yaitu membahas mengenai majalah dewasa yang berfokus pada perempuan. Sedangkan, perbedaannya terletak pada objek dan majalah
7.	Kritik	Kritik terhadap penelitian ini adalah detail ke khususnya pada objek penelitian terlalu luas dan kurang spesifik.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari peneliti yang disintesis dari fakta-fakta yang di tela'ah oleh peneliti. Analisis Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda (Sobur, 2003 : 15). Semiotika adalah ilmu yang secara sistematis mempelajari tanda-tanda lambang-lambang, sistem-sistemnya dan prosesnya.

2.2.1 Kerangka Teoritis

2.2.1.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Dikatakan mendasar karena setiap masyarakat manusia, baik yang primitif maupun yang modern, berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi. Dikatakan vital karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu-individu lainnya sehingga meningkatkan kesempatan individu itu untuk tetap hidup (Rakhmat,2008:1).

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyerahkan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana,2007:4). Secara paradigmatik, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau merubah

sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun secara tidak langsung melalui suatu media (Effendy,2005:25).

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif, bahwa para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *the structure of Function of communication in society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *ho says wach in wich channel to whom with wach effect ?*

Paradigma lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan?)
2. Pesan (mengatakan apa?)
3. Media (melalui saluran / chanel / media apa?)
4. Komumika (kepada siapa?)
5. Efek (dengan dampak atau efek apa?)

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu (Effendy,2005:10).

2.2.1.1.1 Proses Komunikasi

Berangkat dari paradigma Lasswell, (Effendy,2005:11) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah

pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (*kial/gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses komunikasi sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media ke dua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seseorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telpon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat di klarifikasi sebagai media massa (surat kabar, tevelisi, radio, dsb) dan media nirmassa. (telepon, surat, megaphone, dsb).

2.2.1.1.2 Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal adalah menggunakan bahasa isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata.

Komunikasi nonverbal mencakup perilaku yang disengaja dan tidak disengaja sebagai bagian peristiwa komunikasi secara keseluruhan, tidak mengirimkan banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain (Mulyana,2007:343).

Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukis semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku nonverbal ini ditafsirkan melalui simbol-simbol verbal. Pengertian ini menjelaskan peristiwa dan perilaku nonverbal itu tidak sungguh-sungguh bersifat nonverbal (Mulyana,2007:313).

Pesan nonverbal sama pentingnya dengan pesan verbal karena banyak hal yang tidak bisa digambarkan melalui kata-kata. Pengungkapan perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan melalui pesan nonverbal dari pada pesan verbal. Pesan nonverbal juga dapat menggambarkan suasana hati seseorang walaupun orang tersebut menutup-nutupinya. Mimik muka, raut wajah, gerak tubuh selalu menampilkan kebenaran karena pesan nonverbal juga memiliki fungsi metakomunikatif yaitu memberikan informasi tambahan yang memperjelas maksud dan makna pesan.

Enam alasan mengapa pesan nonverbal sangat penting. Pertama, faktor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Kedua, perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal. Ketiga, pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi dan keracunan. Empat, pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk

mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Lima, pesan nonverbal merupakan cara komunikasi merupakan cara komunikasi efisien dibandingkan pesan verbal dari segi waktu penyampaian. Enam, pesan nonverbal adalah sarana sugesti yang paling cepat (Dale G. Leather) dalam (Rakhmat, 2008: 287).

2.2.1.2 Jurnalistik

Istilah jurnalistik pada saat ini, mungkin sudah tidak asing lagi terdengar di telinga. Di era sekarang ini berbagai media informasi dan telekomunikasi sangat mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat, khususnya di perkotaan, bahkan media massa dapat mempengaruhi masyarakat sampai ke pelosok-pelosok pedesaan.

Televisi dan radio bukan lagi barang yang dianggap mewah, sehingga banyak masyarakat desa yang memilikinya. Sehingga dari media massa itulah kerap sering termuat istilah jurnalistik. Karena media massa sebagai sarana penyaluran kegiatan hasil kerja jurnalistik. Dari segi asal katanya, istilah jurnalistik berasal dari *journalistiek* (bahasa Belanda), sama halnya dengan istilah dalam bahasa Inggris yaitu *Journalism* yang bersumber dari perkataan *journal*, yang merupakan terjemahan dari bahasa latin *diurna* yang berarti "harian" atau "setiap hari", di mana segala berita yang pada hari itu termuat dalam lembaran kertas yang tercetak.

Kegiatan jurnalistik sebenarnya telah lama dikenal manusia di dunia ini. Betapa tidak, kegiatan dimaksud selalu hadir di tengah-tengah masyarakat, sejalan dengan kegiatan pergaulan hidupnya yang dinamis, terutama sekali dalam masyarakat modern sekarang ini. (Suhandang, 2010)

Untuk memperjelas pengertian kita mengenai jurnalistik, kiranya perlu adanya batasan tertentu (definisi) yang dapat menunjukan ciri-ciri, dasar-dasar, dan gejala-gejala utama yang di pelajarnya. Agar semua orang yang berkepentingan terhindar dari kekacauan atau kebingungan yang menimbulkan salah tafsir atau pengertian, dibutuhkan suatu definisi tentang jurnalistik yang tepat. Definisi yang tepat dapat dijadikan titik tolak atau pedoman berpikir dalam memahami aspek yang terkait dengan apa yang disebut jurnalistik itu.

Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayak, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya. (Suhandang, 2010)

Namun demikian untuk menguji kebenaran dan ketepatan definisi tersebut, ada baiknya kita simak pula definisi-definisi yang dikemukakan oleh para pakar di bidang jurnalistik.

Adinegoro sendiri melalui bukunya, *Publisistik dan Djurnalistik* (1963:38) membedakan *jurnalistik* dari *publisistik* dengan penegasan bahwa *jurnalistik* adalah kepandaian yang praktis, sedangkan *publisistik* adalah kepandaian yang ilmiah. Sebagai kepandaian praktis, jurnalistik adalah salah satu obyek di samping obyek-obyek lainnya dari ilmu publisistik, yang mempelajari seluk beluk penyiaran berita-berita dalam keseluruhannya dengan meninjau segala saluran,

bukan saja pers, tapi juga radio, televisi, film, teater, rapat-rapat umum, dan segala lapangan.

Astrid S. Susanto melalui bukunya, *Komunikasi Massa* (1986:73) mendefinisikan *jurnalistik* sebagai kejadian pencatatan dan atau pelaporan serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari. Senada dengan itu Onong Uchjana Effendy (1986:102) menyatakan bahwa *jurnalistik* merupakan kegiatan pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat. Begitu juga A.W. Widjaja (1986:27) menyebutkan bahwa *jurnalistik* merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita ataupun ulasannya mengenai berbagai peristiwa atau kejadian sehari-hari yang aktual dan factual dalam waktu yang secepat-cepatnya. Lebih singkat lagi mantan Pimpinan Umum harian *Indonesia Express*, Djen Amar (1984:30) mendefinisikan *Jurnalistik* sebagai kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya. (Suhandang, 2010).

Melihat pengertian jurnalistik di atas yang beragam maka penulis dapat menyimpulkan, bahwa kegiatan jurnalistik dilakukan dengan:

- a. Seorang wartawan (jurnalis) mengumpulkan, mengolah, menulis, mengedit data, sehingga menghasilkan informasi atau berita.
- b. Data-data yang diperoleh tersebut kemudian di proses untuk menghasilkan berita yang menarik dan tempatkan di media massa, seperti surat kabar, majalah dan lainnya. Karena perkembangan zaman

maka jurnalistik tidak hanya terbatas pada media cetak tetapi juga media elektronik seperti televisi, radio bahkan internet.

- c. Berita tersebut kemudian di sebarluaskan ke masyarakat untuk dijadikan sebagai bahan berita.

2.2.1.2.1 Sejarah Jurnalistik

Pada dasarnya bahwa perkembangan jurnalistik tidak dapat dipisahkan dengan sejarah penemuan huruf, sejarah penemuan alat-alat pencetak, alat-alat tulis, sejarah grafika dan penemuan-penemuan lain yang berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih.

Sejarah jurnalistik pun tidak dapat dipisahkan dari proses perkembangan ilmu komunikasi, karena merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam proses hubungan manusia dengan manusia. Dengan adanya hubungan ini, maka manusia mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya.

Begitu juga sejarah jurnalistik tidak dapat dipisahkan dari keinginan manusia untuk mengetahui segala hal yang berkaitan dengan kebutuhannya, sehingga pada akhirnya manusia tidak akan puas terhadap apa yang diperolehnya dan memotivasi untuk menghasilkan alat-alat yang baru untuk memuaskan dirinya.

Pada awal berdirinya kerajaan Romawi kuno, setiap pendeta tertinggi menuliskan peristiwa-peristiwa yang sangat penting di atas sebuah papan tulis. Papan putih ini di tempat disetiap rumah pendeta dan dijadikan sebagai arsip kerajaan yang lazimnya disebut *Annalen* yang artinya catatan tahunan. (Wahyudi,1991:72) Begitu pula ketika ingin memberikan informasi kepada

masyarakat, maka yang digunakan adalah "papan pengumuman" yang dipasang di alun-alun, karena rakyat biasanya berkumpul dan berada di daerah tersebut. Pada saat itu, papan pengumuman tersebut merupakan satu satunya media yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi kepada rakyat. Papan pengumuman itu dikenal dengan nama "acta diurna" yang berasal dari kata acta yang artinya catatan dan diurna berarti harian, dengan demikian acta diurna adalah catatan harian atau kejadian sehari-hari.

Para ahli telah sepakat bahwa acta diurna merupakan surat kabar yang pertama di dunia meskipun jika dibandingkan dengan pengertian surat kabar sekarang ini. Jika melihat fungsi dari acta diurna dan surat kabar sekarang ini, maka memiliki fungsi yang sama, yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, tetapi dari segi persyaratan acta diurna hanya memenuhi syarat aktualitas dari surat kabar. Jika diteliti, hal ini tidak mengherankan kerana pada waktu itu berita yang dianggap penting saja yang disebarkan kepada rakyat Romawi.

Seorang ahli sejarah Romawi bernama Suetonius menceritakan bahwa pada waktu Caesar dinobatkan sebagai konsul pada tahun 59 SM, kemudian memerintahkan agar acta diurna itu dipasang di Stadion Romawi. Tujuan pemasangan tersebut agar setiap orang dapat membaca dan menyalinnya, sehingga dapat menyampaikannya kepada orang lain yang belum mengetahui informasi tersebut.

Untuk memperoleh informasi pada waktu itu, bagi orang-orang Romawi kaya yang mempunyai banyak uang dan budak, maka budak yang memiliki

kepandaian menulis dan membaca mencatat isi acta diurna tersebut kemudian disampaikan kepada majikannya. Dengan demikian para bangsawan tersebut dapat mengetahui pengumuman yang ada pada acta diurna. Kegiatan yang dilakukan oleh para budak tersebut secara terus menerus, maka timbullah "*Slave Reporter*". Mereka selain bertugas sebagai pencatat acta diurna diwajibkan juga untuk mengikuti rapat rapat senat dan mencatat apa yang dibicarakan, kemudian hasilnya disampaikan kepada majikannya secara tertulis.

Jadi para budak tersebut pada waktu itu bukan hanya mengurus keperluan keperluan para majikannya di rumah, melainkan juga bertugas untuk memberikan informasi kepadanya dengan mencatat pengumuman yang ada di acta diurna. Dengan adanya tugas tersebut maka para budak berinisiatif untuk memperjual belikan pengumuman yang ada di acta diurna dan berita lainnya yang dianggap penting seperti berita perniagaan.

2.2.1.2.2 Peran Jurnalistik

Diketahui bahwa secara historis, jurnalistik merupakan produk kebudayaan barat (negara-negara maju), namun jika dilihat dari segi peranannya maka berbeda dengan peranan jurnalistik dari produk kebudayaan timur (negara-negara berkembang). Hal ini terkait dengan perangkat nilai serta kondisi lingkungan yang mendukung perubahan tersebut.

Kalau di negara maju, jurnalistik yang telah mempunyai posisi mapan dengan khalayak yang menempatkan media sebagai sarana yang sangat esensi dalam kehidupan, sehingga "haus akan informasi" yang ada. Berbeda dengan negara-negara yang berkembang, di mana dihadapkan pada kurang semangat dan

termotifasi untuk mendapatkan informasi sebagai kebutuhan yang penting dalam kehidupan. Jurnalistik memang tidak dapat terlepas dari kehidupan masyarakat karena memegang peranan penting dalam perubahan masyarakat baik di negara maju terlebih lagi kepada negara yang sedang berkembang. Jurnalistik memberikan sumbangsih yang sangat besar sebagai sarana perubahan sosial dalam usaha pembangunan bangsa, sebagai penyalur aspirasi dan pendapat serta kritik dan control sosial.

Jurnalistik juga berperan sebagai penghubung yang kreatif antara masyarakat dengan masyarakat dan antara masyarakat dengan pemerintah. Peranan dan fungsi jurnalistik selain memberikan informasi yang objektif juga berperan dalam pembentukan pendapat umum. Bahkan dapat menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan politik bagi masyarakat dalam menegakkan kedisiplinan.

Peranan jurnalistik juga sebagai "agen perubahan" yaitu membantu mempercepat perubahan masyarakat tradisional ke masyarakat yang modern. Berbagai peranan tersebut di atas ini telah membuktikan bahwa jurnalistik mampu untuk merubah tatanan sosial dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat baik itu dalam bidang ekonomi, sosial budaya, politik, agama dan lain-lain.

2.2.1.2.3 Fungsi Jurnalistik

Penyebaran informasi atau pemberitaan merupakan fungsi utama jurnalistik. Kebutuhan akan informasi ini amat sangat penting, karena dengan adanya informasi tersebut maka akan meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik dari segi ilmu pengetahuan dan teknologi maupun spritual. Dengan adanya

informasi ini, akan memberikan arah dan langkah dalam mengarungi kehidupan. Seorang politikus dapat memperoleh informasi tentang kejadian-kejadian yang melanda suatu negara juga kebijakan-kebijakan politik suatu negara, begitu juga seorang pedagang akan mengetahui informasi tentang harga-harga yang ada di pasar dan sebagainya. Tetapi jika informasi itu tidak ada maka akan membawa kepada kebuntuan dalam kehidupan. Di samping fungsi informasi tersebut jurnalistik memiliki fungsi-fungsi lain dalam masyarakat, yaitu: (a) fungsi mendidik, (b) fungsi menghubungkan, (c) fungsi sebagai penyalur dan pembentuk pendapat umum, (d) fungsi kontrol sosial. Untuk memahami fungsi-fungsi tersebut maka penulis akan menjelaskan satu persatu.

- Fungsi Mendidik (*Educate*) Dapat dikatakan bahwa di negara-negara yang sedang berkembang, peran dan fungsi jurnalistik harus lebih aktif dalam memberikan informasi sehingga dapat meningkatkan kecerdasan kehidupan bangsa. Jurnalistik harus memuat tulisan-tulisan yang banyak mengandung ilmu pengetahuan sehingga khalayak pembaca bertambah ilmunya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk artikel, atau tajuk rencana, cerita bersambung atau berita bergambar yang mengandung pendidikan.
- Fungsi Menghubungkan (*Relations*) Sudah jelas bahwa dalam tulisan atau berita menginformasikan kepada khalayak tentang suatu hubungan sosial antara warga Negara yang satu dengan warga negara yang lainnya . Hubungan rohaniah antara tokoh yang diberitakan dengan orang-orang yang menjadi pembaca berita mengenai tokoh

tersebut. Dengan adanya ikatan ini akan menghubungkan antara tokoh dan pembaca, sehingga ada kedekatan perasaan yang mendalam dan dapat mengetahui tokoh yang dimaksud.

- Fungsi sebagai Penyalur dan Pembentuk Pendapat Umum (*Organ of Public Information and Opinion*)

Dengan adanya berita atau informasi yang berpengaruh, maka akan membentuk pendapat para pembacanya dan berfikir sesuai dengan pola yang diinginkannya. Dalam hal ini setiap tulisan sesungguhnya akan selalu membentuk sebagian dari pendapat umum.

a. Fungsi Kontrol Sosial (*social Control*)

Kontrol sosial merupakan salah satu fungsi jurnalistik pers yang sangat penting terutama dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Bahkan jurnalistik dan pers dianggap sebagai kekuatan keempat (*the fourth state*) dalam sistem politik kenegaraan apalagi menerapkan system pemerintahan demokratis. Kekuatan yang dimaksud sebelum kekuatan kenegaraan tersebut adalah lembaga legislatif (MPR,DPR), eksekutif (pemerintahan) dan lembaga yudikatif (MA).

Fungsi seabagai kontrol sosial ini, untuk mengontrol atau mengawas lingkungan, khususnya kepada pemerintah dan para aparatnya. Selain fungsi diatas dalam buku yang berjudul Komunikasi Teori dan Praktek disebutkan bahwa fungsi jurnalistik adalah fungsi menghibur (*to entertain*), dan fungsi mempengaruhi (*to Influence*). (Effendy,1993:149-150)

Dalam UU pers 1999 31 (UU no. 11 tahun 1967) tentang ketentuan-ketentuan pokok pers), disebutkan dan diakui fungsi pers-jurnalistik dalam bab 2 pasal 2-5 sebagai berikut:

b. Mempertahankan UUD 1945

Memperjuangkan amanat penderitaan rakyat berlandaskan demokrasi Pancasila.

- memperjuangkan kebenaran dan keadilan.
- Membina persatuan dan kesatuan bangsa.
- Menjadi penyalur pendapat umum yang konstruktif.

Dalam UU Republik Indonesia No. 40 Tahun 1999 tentang pers, pada bab 2 tentang asas, fungsi, hak, kewajiban, dan peranan pers disebutkan bahwa fungsi pers sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial, di samping fungsi tersebut, juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Peran dan fungsi jurnalistik ini, harus betul-betul berjalan sesuai dengan cara kerjanya, sehingga dapat mengembangkan dan menumbuhkan kreativitas masyarakat dalam mengarungi kehidupan.

2.2.1.3 Semiotika

2.2.1.3.1 Semiotika Sebagai Landasan Teori

Untuk memberi kejelasan pada penelitian ini, penelitian mengemukakan kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian. Teori yang digunakan untuk membantu peneliti dalam penelitian ini adalah teori semiotika. Seluruh aktivitas manusia dalam keseharian selalu diliputi berbagai kejadian-kejadian yang secara langsung atau tidak langsung, disadari atau tidak disadari, memiliki potensi makna

yang terkadang luas nilainya jika dipandang dari sudut-sudut yang dapat mengembangkan suatu objek pada kaitan-kaitan yang mengintimidasi suatu pesan dan tanda tertentu. Jika diartikan melalui suatu penjelasan maka akan dapat diterima oleh orang lain yang menyepakati.

Kata semiotika berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti tanda atau *seme* yang berarti penafsir tanda. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik dari seni logika, retorika, dan poetika. (Sobur, 2003:17). Van Zeoust atau “*seme*” yang berarti “penafsiran tanda” dari Cobey dan Jans, studi semiotika juga disusun dalam tiga poros. Poros horizontal menyajikan tiga jenis penyelidikan semiotika (murni, deskriptif, dan terapan), poros vertikal menyajikan tiga tataran hubungan semiotika (*signal*, *sigh*, dan *symbols*) (Sobur, 2003:16-17).

Saussure mendefinisikan semiotika (*semiotics*) di dalam *Course in General linguistics*, sebagai ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai dari kehidupan sosial. Implisit dari definisi ini adalah sebuah relasi, bahwa bila tanda merupakan bagian dari kehidupan sosial, maka tanda juga merupakan bagian dari aturan-aturan sosial yang berlaku. Ada sistem tanda (*sigh system*) dan ada sosial sistem (*social system*) yang saling berkaitan. Saussure berbicara mengenai konvensi sosial (*social cinvention*) yang mengatur penggunaan tanda secara sosial, yaitu pemilihan, pengkombinasian dan penggunaan tanda-tanda dengan cara tertentu, sehingga ia mempunyai makna dan nilai sosial (Sobur,2003:7)

Hawkes mengatakan istilah semiologi biasanya digunakan di Eropa, sementara semiotika cenderung dipakai oleh mereka yang berbahasa Inggris perbedaan istilah ini menurut Masinambow menunjukan perbedaan orientasi.

Semiologi mengacu pada tradisi Eropa yang bermula ada Ferdinand de saussure (1857-1913), sedangkan semiotika pada tradisi Amerika yang bermula pada Charles Sandreas Pierce (1839-1914). Dalam definisi Saussure semiologi merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda ditengah masyarakat. Kemudian menjadi bagian dari disiplin psikologi sosial. Tujuannya adalah untuk menunjukan bagaimana terbentuknya tanda-tanda beserta kaidah-kaidah yang mengaturnya (Sobur,2003:12).

Semiotika merupakan bagian dari *cultural studies*. Kajian semiotika sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi,yaitu: pengirim, penerima kode (sistem kode, pesan, saluran komunikasi dan acuan (hal yang dibicarakan). Semiotika signifikan memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya pada suatu konteks tertentu (Sobur, 2003:15).

Tabel 2.4
Pemaknaan dalam teknik menganalisis foto

Tanda	Teknis Fotografi	Makna konotasi
<i>Photogenia</i>		
Pemilihan lensa	Normal	Normalitas keseharian
	Lebar	Dramatis
	Tele	Tidak personal, <i>voyeuristis</i>
<i>Shot size</i>	<i>Close up</i>	<i>Intimate</i> , dekat
	<i>Medium up</i>	Hubungan personal dengan subjek
	<i>Full up</i>	Hubungan tidak personal
	<i>Long shot</i>	Menghubungkan subjek dengan konteks, tidak personal
Sudut pandang	<i>High angle</i>	Membuat subjek tampak tidak berdaya, didominasi, dikuasai, kurang otoritas.
	<i>Eye angle</i>	Khalayak tampil sejajar dengan subjek, memberi kesan sejajar, kesamaan, sederajat.
	<i>Low angle</i>	Menambah kesan subjek berkuasa, mendominasi, dan memperlihatkan otoritas.
Tanda		Makna konotasi
Pencahayaannya	<i>High key</i>	Kebahagiaan, cerah
	<i>Low key</i>	Suram, muram
	Datar	Keseharian, realis

Fokus	<i>Selective focusing</i>	Meminta perhatian pada unsur tertentu dalam foto
	<i>Depth focusing</i>	Semua unsur dalam foto penting
Penempatan subjek / Objek pada bidang foto	Atas	Memberi kesan subjek berkuasa
	Tengah	Subjek penting
	Bawah	Subjek tidak penting
	Pingir	Subjek tidak penting

Sumber: Roland Barthes, seperti yang dikutip (fiske,2004 :128)

Dalam pengamatan Barthes, hubungan mitos dengan bahasa terdapat pula dalam hubungan antara penggunaan bahasa literer dan estetis dengan bahasa biasa. Dalam fungsi ini yang diutamakan adalah konotasi, yakni penggunaan bahasa untuk mengungkapkan sesuatu yang lain dari pada apa yang diucapkan. Baginya, lapisan pertama itu taraf denotasi, dan lapisan kedua adalah taraf konotasi: penanda konotasi terjadi dari tanda-tanda sistem denotasi. Dengan demikian konotasi dan kesusastraan pada umumnya, merupakan salah satu sistem penandaan lapisan kedua yang ditempatkan di atas sistem lapisan pertama dari bahasa (Sobur, 2003:70-71).

2.2.1.3.2 Semiologi Komunikasi

Semiologi berasal dari kata *semion* berarti tanda dan kata *logos* artinya ilmu. Jadi semiologi juga disebut dengan semiotika adalah ilmu tentang tanda dan segala hal yang berhubungan dengan tanda-tanda. Secara historis, semiologi merupakan buah dari kemajuan ilmu pengetahuan barat, dari

rasionalisme, *empirisme*, matematika dan *linguistic* yang menjadi ibu kandung semiotika (Purwasito, 2001: 1).

Dalam penelitian ini menggunakan analisis semiologi berarti menafsirkan simbol-simbol tersebut tidak saja karena penafsiran signifikasinya tetapi juga bagaimana tanda-tanda yang diciptakan tersebut mempunyai maksud-maksud atau tujuan tertentu yang lebih pragmatis. Baik ditujukan kepada dirinya sendiri maupun kepada komunikannya. Penafsiran tanda-tanda dalam pesan sebagai upaya kritis mengetahui tujuan berkomunikasi inilah yang disebut Andrik Purwasito sebagai semiologi.

Sedangkan semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda-tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-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 dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Sobur, 2006: 16). Jadi dalam penelitian ini mencoba mengkaji sebuah tanda dengan menggunakan sebuah metode yaitu semiotika atau semiologi.

Semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-

tanda lain, pengirimnya dan penerimanya oleh mereka yang menggunakannya. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Kriyantono, 2006: 261).

2.2.1.3.3 Semiotika Teori Informasi

Bagaimana hubungan antara semiotika dan teori informasi? Doede Nauta menjelaskan kerangka kerja untuk pembicaraan ihwal perbedaan konsep dan ukuran-ukuran informasi. Nauta menganggap semiotika (bersama-sama dengan *cybernetics* dan teori sistem) sebagai disiplin yang paling tepat untuk merealisasikan tujuan ini. Ia melihat semiotika sebagai satu jenis fisiologi pemindahan informasi : “Peralatan teoritik semiotikan akan ditunjukkan guna melengkapi kerangka kerja yang paling penting bagi klasifikasi informasi dalam semua keanekaragamannya dan untuk memahami gejala yang relevan”.

Nauta menganggap sistem konseptual *signal-sign-symbol* di satu pihak dan *syntatcics-semantics-pragmatics* di lain pihak, sebagai hal yang sangat penting bagi proses informasi, karena kedua system ini bersal dari semiotika lalu berlanjut pada penyelidikan teori informasi (Sobur, 2006: 14).

1. Pendekatan Terhadap Tanda-Tanda

Dalam sebuah pengkajian tanda/symbol, perlu memahami tanda/symbol dengan cara pendekatan terhadap tanda/ simbol itu sendiri. Ada dua pendekatan penting terhadap tanda-tanda. *Pertama*, adalah pendekatan yang didasarkan pada pandangan Ferdinand de Saussure yang mengatakan bahwa tanda-tanda disusun dari dua elemen, yaitu aspek citra tentang bunyi (semacam kata atau representasi visual) dan sebuah konsep dimana citra bunyi disandarkan. Tanda

itu sendiri, dalam pandangan Saussure, merupakan *manifestasi konkret* dari citra bunyi dan sering diidentifikasi dengan citra bunyi itu sebagai penanda. Jadi, penanda dan petanda merupakan unsure-unsur mentalistik. Dengan kata lain, di dalam tanda terungkap citra bunyi ataupun konsep sebagai dua komponen yang tak terpisahkan. *Kedua* adalah pendekatan tanda yang didasarkan pada pandangan seorang filsuf dan pemikir Amerika cerdas, Charles Sanders Peirce. Bahwa tanda-tanda berkaitan dengan objek-objek yang menyerupainya, keberadaannya memiliki hubungan sebab-akibat dengan tanda-tanda atau karena ikatan konvensional dengan tanda-tanda tersebut. Peirce menggunakan istilah *ikon* untuk kesamannya, *indeks* untuk hubungan sebab-akibat, dan *symbol* untuk asosiasi konvensional (Sobur, 2006: 31-34).

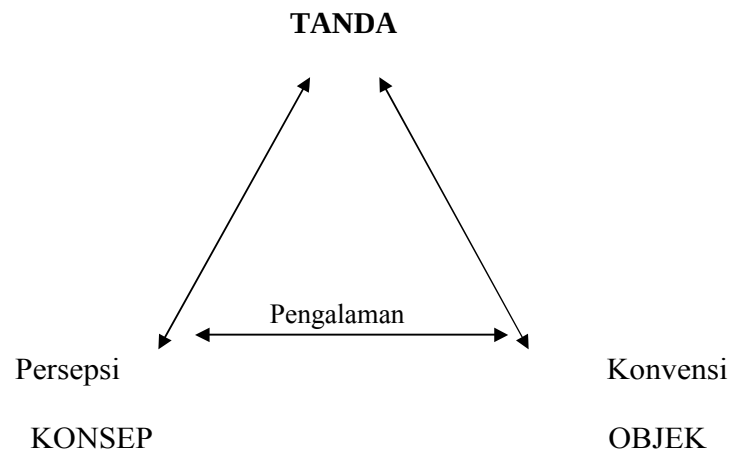
2. Proses Semiotik Tanda-tanda tidak lagi berdimensi privat tetapi bersifat sosial.

Masyarakat tercipta lewat makna-makna yang bermakna bangun sendiri dalam interaksi sosial mereka. Ini mempengaruhi pemikiran Peirce yang mengatakan bahwa kriteria kebenaran adalah *consensus social*. Kebenaran adalah suatu yang bersifat konvensional (*common sense*), dan tugas para ahli ilmu pengetahuan hanya mengklarifikasi diterimanya ide-ide dan kebenaran tentang sesuatu. Charles Sanders Peirce mengemukakan bahwa:

- a. Kita mempunyai kekuatan intuitif, semua pengetahuan mengalir pada dari format pengetahuan.
- b. Kita mempunyai kemampuan introspeksi, semua pengetahuan tentang

dunia diciptakan oleh alasan yang hipotetik sebagai dasar dari observasi tentang sesuatu yang berada di luar diri dan kita tidak dapat berpikir tanda-tanda.

Membaca tanda-tanda secara umum dapat digambarkan dalam proses semiotik sebagai berikut:



Gambar 2.1 Elemen Makna Peirce

Sumber : John Fiske, *introduction to communication studies*, 1990 hlm 42.

Tanda *sign* adalah sesuatu yang tampak. Konsep/ *consept* pikiran atau gambaran yang terbawa dalam pikiran manusia sebagai persepsi atau tanda. Obyek/ *object* adalah segala hal yang ada dan ditemukan yang merupakan rujukan dari tanda tersebut.

Orang (*interpretant*) berpikir dalam dirinya ada konsep-konsep bentuk, ketika melihat tanda, misalnya gambar atau tulisan Gajah maka ia akan merujuk atau mengingat pada referentnya, yakni pada sekumpulan gajah.

Tanda dan konsep berhubungan karena adanya persepsi manusia. Konsep dan objek berhubungan oleh karena pengalaman manusia. Tanda objek saling berhubungan karena kebiasaan (konvensi), kebudayaan,

kelompok atau komunitas sosial dimana seseorang hidup. Disini jelas bahwa, penafsiran terhadap tanda-tanda tidak dapat memisahkan diri dengan konteks dimana tanda itu diciptakan dan dipakai dalam kehidupan sehari-hari.

- a. Persepsi proses dalam pikiran manusia yang menerima data dari lingkungannya.
- b. Pengalaman, memori yang melekat dalam pikiran manusia, selalu berubah ketika memperoleh pengalaman baru.
- c. Konvensi, secara konstan berubah sesuai dengan aturan makna social yang berkembang dari proses dan lingkungan komunikasi.

2.2.1.3.4 Semiotika Roland Bathes

2.2.1.3.4.1 Makna Denotasi Dan Konotasi

Teori ini dikemukakan oleh Roland Barthes (1915-1980), dalam teorinya tersebut Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkat pertandaan, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat pertanda yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (kusumarini,2006). Dimata Barthes, suatu teks merupakan bentuk kontruksi belaka. Bila hendak menemukan maknanya, maka perlu dilakukan rekonstruksi dari teks itu sendiri.

Denotasi merupakan tingkat makna lapisan pertama yang deskriptif dan literal serta dipahami oleh hampir semua anggota suatu kebudayaan tertentu tanpa harus melakukan Penafsiran terhadap tanda denotatif tersebut, yang disebut juga

sebagai analogan.pola tingkat makna lapisan kedua yakni konotasi, maka tercipta dengan cara menghubungkan petanda-petanda dengan aspek kebudayaan yang lebih luas, keyakinan-keyakinan, sikap, kerangka kerja, dan ideologi-ideologi suatu formasi sosial tertentu. Konotasi merupakan sistem ganda dimana sistem semiotika tingkat dua mengambil sistem semiotika tingkat pertama sebagai *signifier* atau konsep.

Language/Bahasa (Lapisan I:Denotasi)	1. Signifier	2. Signified
	3. Sign (meaning)	
	• Signifier) FORM	• Signified) CONCEPT
	• Sing. SIGNIFICATION)	

Gambar 2.2 Skema Yang Dibuat Barthes Perih Denotasi Dan Konotasi

Semiotika konotasi dikembangkan Barthes memiliki tujuan ganda. *Pertama*, sebagai sebuah pendekatan struktural untuk membaca foto dalam media atau foto berita yang bersifat *verisme* (gambaran sepersis mungkin). *Kedua*, untuk melihat fungsi dan kedudukan gambar dalam pembentukan budaya media. (Sunardi, 2002 : 156.)

Selain itu Barthes juga meningkatkan kita agar tetap memperhatikan ciri-ciri sistem semiotika dalam gambar. Hal ini penting dengan berkembangnya teori budaya media yang dikenal dengan kajian (*cultural studies*). Maka kita perlu lebih

akurat dalam mencari makna dari tanda-tanda visual sehingga kita memperoleh makna yang sesuai dengan maksud pesan yang sebenarnya. (Barker, 2005 : 89).

Barthes mengemukakan enam prosedur konotasi citra (yang mempengaruhi gambar sebagai analogan, khususnya menyangkut fotografi) yaitu:

- ***Trick effect* (memanifulasi foto)**

Trick effect adalah tindakan memanifulasi foto seperti menambahkan, mengurangi atau mengubah objek dalam foto sehingga menjadi gambar yang berbeda dan memiliki arti yang akan menjadi berbeda pula.

- ***Pose***

Pose dapat dikatakan sebagai gaya, sikap, ekspresi ataupun posisi. Dalam memotret seorang pewarta foto/fotografer akan memilih objek yang ia potret. Menurut Barthes konsep pose menduduki posisi sangat penting, karena pose dapat menggambarkan situasi kejiwaan maupun emosional dan latar belakang sang objek foto.

- ***Objeck***

Objek merupakan benda-benda atau yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga dapat di asosiasikan dengan ide-ide tertentu dan merupakan *point of interpent* atau pusat perhatian dalam foto/gambar.

- ***Photogenia* (teknik foto)**

Photogenia ialah seni memotret sehingga foto yang dihasilkan telah “dibumbui” atau “dihiasi” oleh teknik-teknik foto, seperti teknik *lighting*, *exposure*, *blurring*, warna, *angel*, atau cara pengambilan foto.

- ***Aesthethicum* (komposisi)**

Estetika berkaitan dengan komposisi gambar secara keseluruhan yang menimbulkan makna tertentu. Komposisi merupakan susunan dari berbagai objek dalam gambar yang mempunyai dua sifat saling bertentangan. Disatu sisi “membangun” gambar dan disisi lain malah mengacaukannya, yaitu jika pemotret tidak mahir menyusun konsepnya.

- ***Syntax***

Syntax adalah penyusunan tanda-tanda menjadi satu kalimat, satu makna tertentu. *Syntax* tidak harus dibangun dengan lebih dari satu foto, dalam satu fotopun dapat dibangun satu *syntax*. Pembentukan *syntax* seperti ini biasanya dibantu dengan *caption*. *Caption* foto merupakan satu-satunya bagian foto yang menceritakan dengan jelas kepada kita saat kita melihat foto, didalamnya tersusun dengan jelas 5W+1H, yaitu mengenai dimana, apa, dan kapan gambar/foto diabadikan. Fungsi *caption* yaitu makna parasit yang mempercepat *index*. Menurut Roland Barthes ada beberapa indikator yang menjadi bagian dari teori semiotika Roland Barthes adalah teks beroperasi lima kode pokok (*five major code*) yang di dalamnya terdapat penanda teks (*leksia*). Lima kode yang ditinjau Barthes yaitu (Sobur,2004:65-66):

1. Kode *Hermeneutik* atau kode teka-teki berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan “kebenaran” bagi pertanyaan yang muncul dalam teks, kode teka-teki merupakan unsur struktur yang utama dalam narasi tradisional. Di dalam narasi ada suatu kesinambungan antara pemunculan suatu peristiwa teka-teki dan penyelesaiannya di dalam cerita.
2. Kode *proaretik*, atau kode tindakan/lakuan dianggap sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang, yang artinya antara lain semua teks bersifat naratif. Barthes melihat semua lakuan dapat dikodifikasi. Pada praktiknya ia menerapkan beberapa prinsip seleksi. Kita mengenal kode lakuan atau peristiwa karena kita dapat memahaminya

3. Kode simbolik, merupakan aspek pengodean yang paling khas bersifat struktural, atau tepatnya menurut konsep barthes pascastruktural. Pemisahan dunia secara kultural dan primitif menjadi kekuatan dan nilai-nilai yang berlawanan yang secara mitologis dapat dikodekan.
4. Kode kultural (Kode *Gnomik*), kode ini merupakan acuan teks ke benda-benda yang sudah diketahui dan sudah dikodifikasi oleh budaya. Menurut Barthes, realisme tradisional didefinisi oleh acuan kepada apa yang telah diketahui.
5. Kode *semik* atau kode konotatif menawarkan banyak sisi, dalam proses pembacaan, pembaca menyusun tema suatu teks. Ia melihat bahwa konotasimkata atau frase tertentu dalam teks dapat dikelompokkan dengan kata frase yang mirip.

2.2.1.3.4.2 Membaca Mitos

Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos dalam pandangan susilo, adalah suatu wahana dimana suatu ideologi berwujud. Mitos dapat berangkai menjadi mitologi yang memainkan peranan penting dalam kesatuan-kesatuan budaya (Sobur, 2006 : 128).

Konotasi mengandung nilai ekspresif yang muncul dari kekuatan kumulatif dari sebuah urutan. Ketika konotasi-konotasi mengalami penggalan menjadi hegemonis, mereka akan berfungsi sebagai peta-peta makna yang menunjukkan bagaimana memahami dunia. Konotasi hegemonis inilah yang disebut dengan mitos . bagi Barthes mitos adalah sistem semiologis tingkat dua atau metabahasa.

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Fotografi

Reproduksi citra melalui kamera atau dikenal dengan fotografi merupakan salah satu temuan penting yang memberikan kontribusi besar bagi perkembangan

ilmu pengetahuan dan teknologi. Kekuatan fotografi terletak pada kemampuannya dalam membekukan peristiwa ke dalam bentuk citra yang dapat diberi sentuhan persinal oleh fotografernya. Pada dasarnya, fotografi adalah media komunikasi antara fotografer dan penikmat foto. Supaya komunikasi tersebut bisa tersampaikan dengan baik, fotografernya harus bisa mengomposisikan foto dengan baik (Tjin,2012:43).

Istilah fotografi pertama kali dikemukakan oleh ilmuan inggris, Sir John Herschell pada tahun 1839. *Photography* berasal dari kata *photos* (sinar/cahaya) dan *graphos* (mencatat/melukis). Secara harfiah fotografi berarti mencatat atau melukis dengan sinar atau dengan cahaya.fotografi adalah suatu proses atau metode untuk menghasilkan gambar, dengan bantuan cahaya dari suatu objek tertentu (Darmawan,2009:19).

Selain definisi fotografi di atas, secara kategorisasi foto juga harus dibedakan menjadi beragam. Kategorisasi ini bertujuan untuk memudahkan pembuatan dan pemanfaatannya, sesuai dengan standar kualitas bagi masing-masing keperluan dan ketertarikan fotografernya. Ada banyak sekali kategori foto, antara lain: *Human interest photography*; *landscape photography*, *macro photography*, *street photography*, *fashion photography*, *nude photography*, dan masih banyak kategori lainnya.

2.2.2.1.1 Sejarah Fotografi

Ide cemerlang Leonardi Da Vinci atau Aristoteles ternyata tidak sia-sia setelah mewacanakan prinsip cahaya serta bayangan dari fenomena alam sebagai awal ditemukannya teknologi fotografi. Perkembangan teknologi fotografi yang

bermula dari kamera kamar gelap (*dark room*) yang dalam bahasa latin disebut *obscura* tanpa berhenti disempurnakan. Penyempurnaan fotografi secara praktis kali pertama ditemukannya kamera *obscura* oleh Joseph Nicephore Niepce di Prancis tahun 1826, teknologi cetak fotografi pada logam oleh Louis Jacques Mandé Daguerre di Prancis tahun 1837-1851, penemuan formula kimia untuk bahan pemrosesan negatif film oleh William Henry Fox Talbot di Inggris tahun 1800-1837, hingga eksperimen pertama foto berwarna oleh J.C Maxwell pada tahun 1861 yang menciptakan karya foto berwarna melalui pita sintetis tartan ribbon melalui penggabungan filter merah, hijau, dan biru (teknologi warna RGB) yang sekarang dikenal dengan film negatif yang lebih umum disebut klise (Rosenblum, 1984:25).

Melalui tiga prinsip, yaitu cahaya, optik, dan kimia (*light, optics, and chemistry*) maka proses fotografi dapat bekerja secara maksimal. *Light* atau cahaya merupakan syarat utama bekerjanya prinsip fotografi, tanpa cahaya tidak mungkin sesuatu objek dapat terlihat oleh mata. *Optics* yang diartikan sebagai serangkaian sistem lensa adalah sarana untuk proses menangkap objek yang terlihat oleh mata. Kemudian, *chemistry* dalam dunia fotografi diartikan sebagai proses kimiawi guna memunculkan gambar atau proses cetak/cuci-cetak film/print processing.

Kurang lebih setelah satu setengah abad dikembangkan dan diperkenalkan, dunia fotografi memberikan sumbangan yang sangat berarti bagi gerak kebudayaan manusia modern sepanjang abad ke-20. Dunia fotografi merupakan

revolusi dalam cara pandang manusia untuk menerjemahkan sesuatu melalui bahasa visuan (*the way of vision*).

2.2.2.2 Media Massa

Media massa adalah salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Merupakan salah satu elemen penting dalam proses komunikasi massa.

Saluran yang disebut media massa tersebut diperlukan dalam berlangsungnya komunikasi massa. Berdasarkan bentuknya, media massa dikelompokkan atas:

1. Media cetak (printed media), yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya.
2. Media elektronik, seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lain-lain (Vivian, 2008:4).

Terdapat satu perkembangan media massa dewasa ini, yaitu ditemukannya internet. Kini masyarakat telah didominasi oleh media massa. Media massa begitu memenuhi keseharian hidup masyarakat yang tanpa disadari kehadiran dan juga pengaruhnya. Media massa memberi informasi, menghibur, menyenangkan, bahkan kadang mengganggu khalayak. Media mampu menggerakkan emosi atau mempengaruhi perasaan, menantang, dan mendefinisikan masyarakat serta membentuk realitas khalayak.

Biagi (2010:10) menyebutkan tiga konsep penting tentang media massa yaitu:

1. Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan.

2. Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.
3. Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya.

Dari seluruh penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan saluran komunikasi massa guna menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak banyak secara luas. Media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya. Media massa mengumpulkan sejumlah uang untuk menyediakan informasi dan hiburan. Media massa juga merupakan bisnis yang berpusat pada keuntungan. Menurut sejarahnya, buku adalah media massa pertama, sedangkan internet adalah media massa terbaru.

2.2.2.2.1 Peran Media Massa

McQuaill dalam bukunya *Mass Communication Theories* (1989) dalam (Yunus, 2010:10) menyatakan ada enam perspektif tentang peran media massa dalam konteks masyarakat modern, yaitu:

1. Media massa sebagai sarana belajar untuk mengetahui berbagai informasi dan peristiwa. Media massa merupakan “jendela” untuk melihat apa yang terjadi di luar kehidupan kita.
2. Media massa sebagai cermin peristiwa yang ada dan terjadi di masyarakat maupun dunia, dalam wujud refleksi apa adanya. Media massa adalah refleksi fakta, yang terlepas dari rasa suka atau tidak suka.

3. Media massa sebagai filter yang menyeleksi berbagai hal informasi atau *issue* yang layak mendapat perhatian atau tidak.
4. Media massa sebagai penunjuk arah berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam.
5. Media massa sebagai sarana untuk mensosialisasikan berbagai informasi atau ide kepada publik untuk memperoleh tanggapan atau umpan balik.
6. Media massa sebagai interkulator, yang tidak sekedar tempat “lalu lalang” informasi, tetapi memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif.

2.2.2.3 Majalah

Majalah merupakan media massa yang diterbitkan secara teratur memuat opini, berita dan informasi. Artikel pada sebuah majalah biasanya disajikan dengan bentuk dan pemikiran kosakata secara ilmiah populer, semakin sering frekuensi terbit dari sebuah majalah, bahan sajiannya semakin populer (Danim, 2002: 108). Majalah terbit dengan isi yang beragam antara lain : artikel-artikel, berita-berita hangat, cerita yang mengandung nilai sastra, puisi, resensi, fiksi, dan non-fiksi, humor, tajuk rencana, dakwah, dan iklan sebagai pelengkap.

Majalah adalah media komunikasi yang menyajikan informasi secara dalam, tajam dan memiliki nilai aktualitas yang lebih lama dibandingkan dengan surat kabar dan tabloid, serta menampilkan gambar/foto yang lebih banyak. Selain itu, halaman muka (*cover*) dan foto dalam majalah memiliki daya Tarik, dan ciri lainnya, majalah dapat diterbitkan secara mingguan, dwi mingguan, bulanan, bahkan dwi atau triwulan (Suryawati, 2014: 42). Majalah

adalah publikasi atau terbitan berkala yang memuat berbagai artikel, berita olahan (*depth reporting*), berita investigatif, cerita, dan iklan (Wibowo, 2001:102). Majalah adalah media yang paling sederhana organisasinya, relative lebih mudah mengelolanya, dan tidak membutuhkan modal yang banyak. Karena majalah terbit secara berkala dibandingkan dengan surat kabar yang harus terbit setiap harinya. Sehingga, dari segi jumlah orang yang terlibat dalam penyajian informasi di surat kabar jauh lebih banyak dibandingkan dengan majalah (Suryawati, 2014:42).

Majalah dalam menampilkan pesan biasanya disajikan berdasarkan rubrik-rubrik yang telah ditentukan. Pengertian rubrik dalam kamus besar bahasa Indonesia (2005:965) adalah kepala karangan (ruang tetap) dalam majalah.

2.2.2.3.1 Rubrik

Menurut Effendi, rubrik adalah ruangan pada halaman surat kabar, majalah, atau media cetak lainnya mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat. rubrik wanita, rubrik olah raga, rubrik pendapat pembaca dan lain-lain (Efendi,1989:212).

Menurut krida laksana harmurti rubrik adalah kelompok karangan atau tulisan yang di golongan atas dasar aspek atau tema tertentu (Harimurti,1989:89).

Menurut kamus besar bahasa Indonesia rubrik adalah kepala ruangan (ruangan tetap) dalam surat kabar, majalah, dan sebagai berikut.

Penulis memahami dari ketiga pendapat diatas bahwa rubrik adalah sebuah ruangan dalam majalah tertentu yang telah ditentukan dan di khususkan atas dasar aspek dan tema-tematertentu.

Jadi berkaitan dengan fokus masalah peneliatian rubrik majalah populer di dalamnya terbagi dari beberapa rubrik. Salah satunya adalah rubrik liputan malam. Rubrik ini di khususkan untuk menceritakan sebuah kehidupan malam di Ibu kota.

2.2.2.4 Sensualitas

Pengertian sensualitas benda disini bukan pengertian psikologis empirikal, tetapi pengertian menurut hukum akal murni. Orang-orang yang mengerti keadaan berarti menyediakan dirinya untuk persembahan kepada suatu kepalsuan yang atraktif, hingar bingar, dan mengendapkan jiwa seseorang untuk selalu dalam kehangatan yang tidak menyenyakkan tidurnya dalam dirinya sendiri. Perasaan tidak mengambil tempat suatu, dan terlempar dari iluminasi intelektual. Ketika terjadi penyusupan intelijensia struktural ke dalam sarang musuh, menggunakan pengamatan superfisial, pelan-pelan tapi pasti, ia dapat menangkap hubungan internal antara rasionalitas transontologis tersembunyi dibalik kata dan struktur rasionalitas instrumentalis.

Rasionalitas transontologis menumbuhkan fonologi (struktur bunyi) dan struktur tujuan (pragmatikalogi praktis) yang tidak menjamin suatu tindakan kedalam serangkaian pengertian teoritis dan praktis. Karena kita menangkap sesuatu yang ada tidak hanya melalui kata: verbal, tetapi juga non verbal: kejadian di dalam alam dan dirinya sendiri. (nuraulia,journal)

Demikian pula suatu tindakan, pengertian ditangkap dan diresapi melalui ekstra ekspresitas jiwa ditandai *symbolicum*, isyarat (bahasa tubuh) dan bahkan firasat positif atas suatu kejadian atau gambaran yang mengurung dirinya sendiri. Saya sependapat, bahwa perasaan tidak dapat menjadi dasar mutlak untuk suatu totalitas pengertian yang benar atau pengetahuan pasti terhadap sesuatu, kecuali akalnyanya sendiri. Angan-angan dan khayalan benar ada dalam ilustrasi hasrat, bagi penyembah kemajuan, ia datang dengan sebuah tangan hampa mencekik prediksi logis yang bermodel statistika dan silogisme memuakkan peralatan subyek.

Stimulasi hayalan begitu juga hukumannya, ia bukan sarana efektif dalam rangka akumulasi pemuasan dari struktur *kebenaran singular* sesaat dalam ketersiksaan eksistensi, sehingga ia milik semua orang, kecuali akalnyanya sendiri. Didalamnya bergumul aneka pengertian yang rancu yang diperkenalkan para filosof kita. Orang-orang berkeyakinan kuat akan hal ini, kecuali orang yang sangat puas terhadap pengertian struktur universalitas logis: *pengertian negatif* dan *pengertian positif* menghembuskan takdir yang dicampuradukkan dengan kegairahan akal sehat dan kehendak praktis itu sendiri.

Subtansi, apa yang menjamin kebenarannya. Ia berkawan dengan struktur bunyi dan makna leksikal di dalamnya masih bersembunyi. Atau pengertian yang menunjuk sesuatu yang adanya pada adanya sendiri, seperti manusia, binatang, batu dan lainnya berada dalam struktur bunyi yang berlainan, tergantung siapa menggunakan akal instrumental. Apabila ruang

dan waktu terus menerus berjalan sebagaimana adanya, kemungkinan masih menempatkan sketsa ide sebagai bagian prasyarat penentuan diri dan segala yang ada, mencakup hal-hal non atribut, subyek berpikir dan susunan obyek luar dari pikiran kita. Sebagian lainnya menjadi identifikasi obyek-obyek yang dimunculkan oleh pikiran.

Apakah setiap identitas obyek bendawi, kebenaran logis dan hal-hal yang belum diketahui dalam wujud asli *ad infinitum*, dari dan oleh pikiran kita selama ini memunculkan pertanyaan, diantaranya: setelah alam terbentuk, apakah identitas dan atribut realitas eksternal menyatakan *ada*, ataukah *ide* yang menggambarkan dan menjelaskan kenyataan obyektif luar? Ini pertanyaan aneh. Selain itu, obyek dunia inderawi yang kita kenal masih banyak yang belum terjangkau oleh gagasan baru. Sehingga saya mencoba meragukan sesuatu teridentifikasi sebagai "dunia jasmani" yang mengakibatkan keraguan subyek di daerah demarkasi keputusan jiwa. Seenggok keputusan melihat obyek luar, kemuliaan dan oposisinya meratakan jalan bagi para pendusta subyek berpikir. Ia sangat mengasyikkan dengan mengeksplorasi ide dalam akal.

Selanjutnya untuk apa terbentuk alam, yang diketahui maupun yang belum diketahui. Padahal subyek berakal melalui filsafat ide terhadap sesuatu yang alamiah dan riil. Sehingga ia dengan dasar esensialnya memahami dirinya sendiri, melingkupi dan mewadahi setiap "dunia ada". Hal ini berarti tidak selamanya alam misterius dan wujud esensial ini dapat ditaklukkan oleh subyek potensial dengan mengarahkan kemampuan akal budi untuk menghasilkan

pengetahuan manusia. Memang saat ini, kita terlalu berani mengungkapkan kebenaran berlandaskan teori pengetahuan terhadap obyek luar atau persepsi inderawi yang diproyeksikan akal. Disamping itu, fakults intelektual kita memenuhi pikiran manusia sampai mengenal sarana-sarana obyek luar sebagai kemajuan kodrati yang fantastik. Tetapi kehadirannya meloloskan berbagai pertanyaan sekiktar *mengapa* dan ide kemajuan sebagai sesuatu absurd, memalukan. Sedangkan akal budi hanya menegaskan sesuatu yang ada menjadi prasyarat berlakunya kemampuan ide yang mempengaruhi dan mengarahkan pengetahuan logis dan pasti terhadap setiap obyek artifisial dan superfisial.

Selanjutnya, sudah menjadi pengetahuan umum, bahwa kemaujudan alam dan diri lebih memberikan pemahaman yang mendalam jika ditelesuri dengan prinsip-prinsip filsafati, bahwa ide juga dapat mengatasi keraguan melalui alur mengapa sesuatu *ada* dan *mengada*. Karena keabsahan segala sesuatu yang wujud tidak bisa dipastikan dengan prinsip *ada*, mestilah melangkah pada *mengada*. Sejauh ini, hubungan pikiran dan obyek luar mengambil bersumber dari keduanya sehingga terungkap sebab-sebab mengapa segala sesuatu itu ada. Ketidakmustahilan menghilangkan jejak ada tanpa menggunakan prinsip *mengada* pada sesuatu dalam alam dan diri kita. Keteguhan jiwa yang paling mengasyikkan jika kita mengenal sejauh mungkin ide menyiksa daripada harga sebuah permen karet di toko serba ada. Karena ide merupakan pengetahuan pasti dibandingkan persepsi dan realitas obyektif lainnya. Mendahului berarti dapat diperhadapkan kepada keserbaadaan logika formal dengan ketertarikan dalam mengungkapkan efek pesan *metabolitas*

fantasional benda berdasarkan pengingkaran atas "dunia jiwa" tanpa henti mengawasi pergerakan-pergerakan inderawi yang membius dirinya sendiri. (nuraulia,journal)

Media televisi yang tengah berubah tampaknya menyadari bahwa sensualitas dan glamouritas adalah cara mujarab meraih popularitas. Tak heran, hamper semua stasiun televisi kini menggelar sensualitas dalam bentuk missal. Ikon-ikon tubuh sensual pun dipajang dalam tiap acara untuk sajian visual yang menjerat mata. Acara-acara tersebut memang menjual sensualitas. Bagi pengiklan saat ini menggunakan artis-artis cantik sebagai tenaga marketing sensualitas itu.

Sensualitas ini ada kaitannya langsung dengan yang inderawi (sense-indera). Jadi secara sederhana dapatlah dikatakan bahwa sensualitas ini menekankan pada "rasa", sehingga bisalah dikatakan lawan dari kata sensualitas adalah "intelek". Kedua unsure sensualitas dan intelegualitas itu selalu ada saling imbang mengimbangi. Unsur utama sensualitas adalah perasaan atau sentimentalitas. Unsur sensualitas lebih dikaitkan dengan perempuan, mengapa? Karena ideologi patriaki yang memosisikan perempuan sebagai objek memberikan kontribusi pada pengkomoditan tubuh perempuan oleh pihak media sebagai sarana untuk mengeruk keuntungan. Seperti contoh cover majalah dewasa yang kerap kali menampilkan tubuh perempuan dalam balutan pakaian yang mengesankan citra sensual, (nuraulia,journal).

Sensualitas menurut pandangan di atas adalah gerakan-gerakan dan perilaku yang sengaja dilakukan untuk menarik khalayak. "Menarik

khalayak/audiens” yang dimaksudkan dari makna yang tersirat adalah yang mampu mendorong rangsangan seksual. Namun kembali lagi, walau sensualitas atau aksi panggung dan pakaian yang dikenakan sengaja kelihatan sensual (*arouse sexual desire*), selama penikmat atau konsumen tidak mempunyai pikiran jelek ke arah sexual desire maka hal tersebut sah-sah saja dan bukan terkategori aksi erotisme atau pornografi. (Surya dan Ida, 2003:50)

Sementara itu “sensualitas” sendiri adalah pemahaman yang ternyata berada pada tataran imajinasi. Artinya sensualitas hanya bermakna atau mempunyai arti jika munculnya imajinasi seksual individu terhadap obyek yang dilihatnya. Imajinasi ini berarti menempatkan konsep sensualitas sebagai terminology abstrak yang relative pemaknaannya dalam pola kebahasaan ini. Selama tidak menimbulkan imajinasi birahi seksual, selama itu bukan masuk dalam kategori definisi terminology sensualitas.

Definisi atas konsep sensualitas tubuh perempuan yang berkembang di media massa tidak berhasil dirumuskan dalam definisi yang jelas. Akan halnya sensualitas diskursus yang berkembang menyatakan sebagai bentuk aksi sensual yang sengaja dipertontonkan untuk mengundang imajinasi seksual. Pakaian minim, terawang, dan terbuka adalah salah satu contoh bentuk sensualitas itu.

Sensualitas adalah “virus” yang melekat pada perempuan dan menyebabkan wabah kerusakan mental dan moral bangsa. Tubuh perempuan tidak dilihat secara utuh melainkan menjadi potongan-potongan tubuh yang dilihat sebagai penyebab dalam konteks penurunan iman dan mental bangsa.

Agen-agen yang berperan sebagai barier yang menghalangi perempuan untuk mengekspresikan dan mengaktualisasikan diri dalam *public sphere* ternyata dalam bentuk komunitas-komunitas eksklusif yang kebanyakan berpijak atau berbasis pada kelompok-kelompok keagamaan. Kalaupun mereka individu tapi mengatasnamakan umat, masyarakat, dan sebagainya. Institusi inilah yang dalam rumusan Foucault (1979) disebut sebagai *disciplinary practices* yang dengan power atau kekuatannya membentuk dan mengkonstruksi tubuh perempuan.

2.2.2.5 Pemaknaan Warna Dan Anggel

Seorang fotografer memiliki peranan yang sangat penting dalam pengemasan sebuah foto terkait dengan teknik fotografer. Seorang fotografer harus bisa menentukan teknik yang akan digunakan dalam sebuah sesi pemotretan. Hal ini membutuhkan penguasaan dalam berbagai teknik pada fotografer tersebut, fotografer yang mampu menguasai teknik-teknik fotografi akan menghasilkan sebuah karya seni yang artistik, dalam hal ini dibutuhkan kepekaan seorang fotografer untuk menentukan teknik yang akan digunakan. Semakin banyak pengalaman seorang fotografer maka akan semakin menguasai teknik fotografer memanfaatkan teknik fotografi dapat disesuaikan dengan fungsi dan tujuan sang fotografer dalam menghasilkan sebuah karya, seperti pemilihan *background* yang tepat, cahaya yang digunakan, komposisi, *angle* atau sudut pengambilan gambar, dan masih banyak teknik lainnya .

Komposisi merupakan cara untuk menata dan menjadikan berbagai unsur yang hendak ditampilkan dalam sebuah gambar menjadi sebuah tampilanyang

baik, menarik, dan enak dilihat. Seorang fotografer harus mampu menciptakan komposisi yang baik agar hasil karyanya yang menarik. Oleh karena itu, sang pemotretan, fotografer dituntut untuk mengatur unsur-unsur yang ada sedemikian rupa dengan menggeser atau melakukan pembingkai. Hal itu dilakukan sampai mendapat suatu susunan atas tata letak yang enak dilihat dan menarik (Santoso, 2010:33).

Tanpa komposisi yang baik dalam fotografi, objek foto yang sebetulnya memiliki potensi dan nilai-nilai tertentu yang menarik, menjadi terlihat biasa saja, atau bahkan tidak menarik.

Salah satu komposisi yang memegang peranan penting dalam visualisasi sebuah foto adalah warna. Warna adalah simbol yang telah diakui secara umum, tak terkecuali pada foto (Kindarto.2007:79) warna dapat memperkuat dan menegaskan kesan pada foto tersebut. Berikut ini interpretasi warna, interpretasi ini mungkin saja berbeda pada suatu kelompok orang tertentu.

a) Putih

Warna putih melambangkan kemurnian, kesucian, kesederhanaan, kebersihan, kehormatan (Isroi, 2005:49)

b) Hitam

Warna hitam melambangkan kesan berat, formal, sangat teknik, kematian, kesedihan, rahasia, misteri, jahat, (Isroi 2005:48) latar belakang warna hitam dapat menampilkan perspektif dan kedalaman.

Sangat bagus untuk menampilkan karya seni atau fotografi karena membantu penekanan pada warna-warna lain.

c) Abu-abu

Warna abu-abu mencerminkan konservatif, eksekutif, praktikal, dapat dipercaya atau diyakini, keamanan, serius (Isroi 2005:49).

d) Merah

Warna merah melambangkan panas, cinta, agresi, nafsu, bahaya, intensitas, nafsu, kegairahan (Isroi 2005:49)

e) Biru

Warna biru melambangkan perdamaian, kebebasan, sains, kepercayaan, langit, percaya diri, keamanan, loyalitas, ketenangan, laut, (Isroi 2005:48).

f) Kuning

Warna kuning melambangkan optimisme, kebahagiaan, kesuksesan, idealisme, imajinasi, (Isroi 2005:49).

g) Hijau

Warna hijau melambangkan Alami, sehat, keberuntungan, pembaharuan, (Sutrisna 2007 :189-190).

h) Ungu

Warna ungu melambangkan spriritual, misteri, kesendirian, bangsawan, kekerasan, keangkuhan. (Sutrisna 2007 :189-190).

i) Oranye

Warna oranye melambangkan energi, keseimbangan, kehangatan, (Sutrisna 2007 :189-190).

j) Coklat

Warna coklat melambangkan tanah atau bumi, *comfort*, daya tahan, *realibility*. (Sutrisna 2007 :189-190).

k) Emas

Warna emas melambangkan keagungan (Sutrisna 2007 :189-190).

l) Merah muda

Warna merah muda melambangkan cinta yang lembut, kasih anak (Perempuan) dan kasih sayang (Sutrisna 2007 :189-190).

m) Biru muda

Warna biru muda melambangkan kasih anak (Laki-laki) (Sutrisna 2007 :189-190).

Selain warna, *angle* atau sudut pandang pengambilan sebuah objek foto, merupakan teknik yang harus dikuasai oleh seorang fotografer. *Angle* merupakan kunci tersendiri untuk menentukan menarik atau tidaknya sebuah foto (Kindarto,2007:83). *Angle* foto juga bisa memperkuat pesan yang akan disampaikan pada sebuah foto itu tapi bisa malah memperlemah pesan yang akan disampaikan pada foto itu sendiri. Berikut lima macam *angle* pada fotografi :

a.) *Eye view*

Sudut pengambilan gambar ini sangat umum, yaitu pengambilan gambar yang sejajar lurus dengan pandangan mata, (Hadiisiwa, 2008:58). Kamera dan lensa sejajar dengan objek yang akan dipotret,

biasanya *angle* ini digunakan untuk foto potret terhadap manusia. Terkadang, dalam travel fotografi pengambilan foto untuk mengabadikan aktivitas manusia, tekstur sebuah fot, ata interaksi dengan lingkungan sekitar kebanyakan menggunakan *angle* ini.

b.) *Low angle*

Low angle adalah pemotretan suatu ibjek yang dilakukan dengan cara mengambil gambar dari posisi bawah, (Hadiisiwa. 2008:59). *Angle* ini memberilesan kemewahan, kekuatan, atau kebesaran. Fotografer menggunakan sudut penga,bilan foto ini untuk memotret bangunan agar memberi kesan yang megah dari bangunan tersebut. Dalam foto komersil sebuah iklan otomotif, sudut ini tak jarang pula digunakan untuk memberi kesan ketanguhan dari produk mereka

c.) *High angle*

High angle atau sudut pengambilan darai atas obje. Kesan dari penggunaan sudut pengambilan foto ini akan memberikan kesan kecil atas objek foto.

d.) *Bird eye vie*

Bird eye view adalah sudut pandang pada posisi diatas subjek, sudut pandang ini sangat baik untuk menampilkan aktivitas yang dilakukan subjek, serta menimbulkan kesan unik bagi subjek (Kindarto, 2007:84).

e.) *Frog eye view*

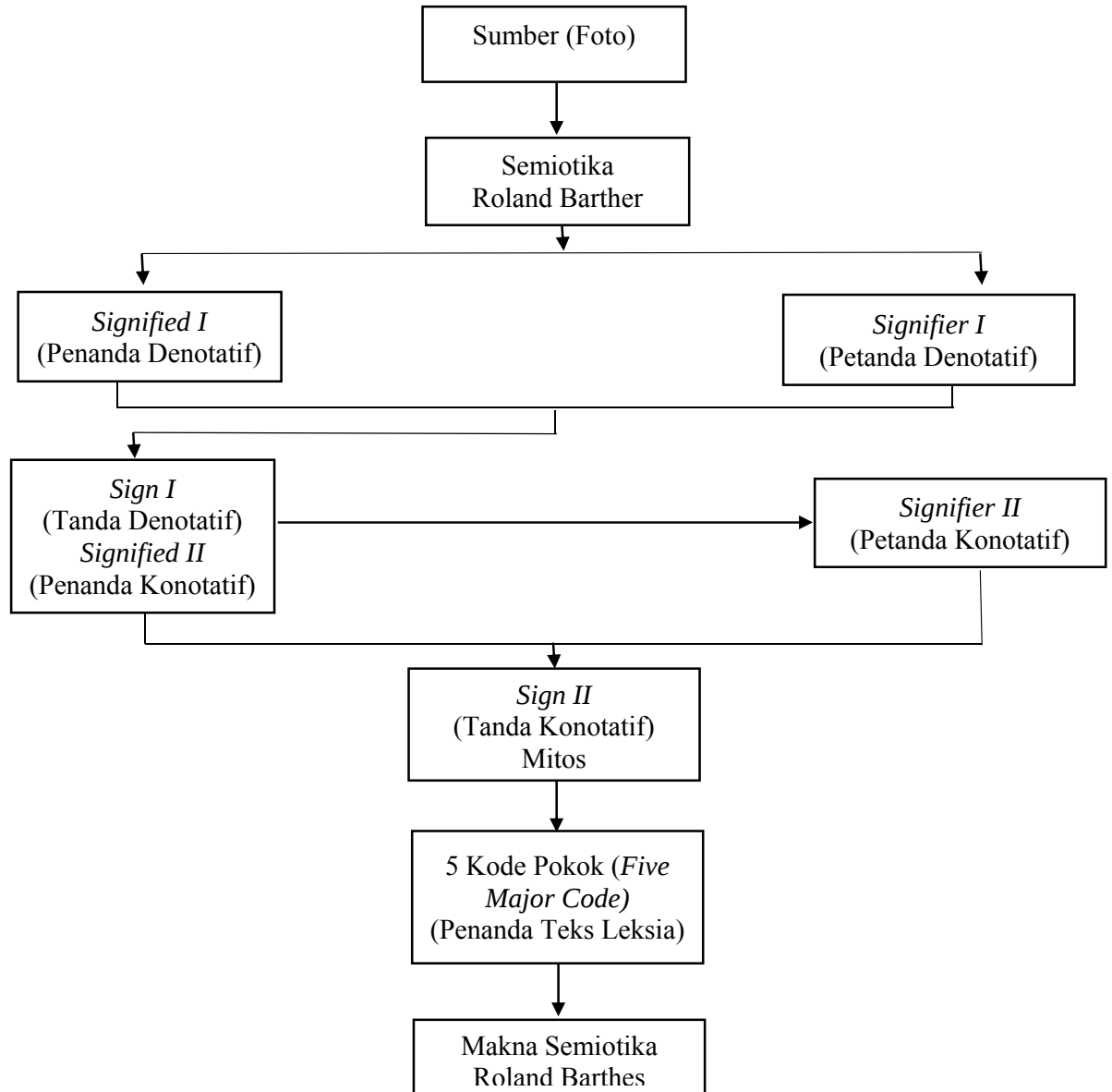
Frog eye view adalah sudut pandang dari bawah subjek. Posisi ini memungkinkan untuk menampilkan subjek lebih tinggi dan besar (Kindarto, 2007:84)

Dalam sebuah foto *lighting* adalah suatu faktor penting dalam menentukan kesuksesan sebuah foto. Pada dasarnya fotografi adalah proses membuat gambar dengan merekan cahaya. Pencahayaan yang baik membuat foto terlihat menarik dan mampu menyampaikan suasana suatu peristiwa. Tanpa pencahayaan yang optimal, suatu foto tidak dapat menjadi sebuah karya yang baik (Tjin,2011:1) berikut karakter cahaya dalam fotografi:

- a.) *Frontlighting*, ialah sumber cahaya yang berasal dari depan subjek foto, atau berada pada posisi yang sejajar dengan fotografer.
- b.) *Sidelighting*, ialah sumber cahaya yang mengenai salah satu sisi (baik kanan ataupun kiri) pada subjek foto, atau sumber cahaya yang terletak disisi sebelah kanan ataupun kiri fotografer.
- c.) *Backlighting*, sumber cahaya yang membelakangi subjek yang diambil gambarnya, atau cahaya menghadap ke fotografer. Cahaya *backlighting* sering kali menyebabkan *siluet*.
- d.) *Hairlighting*, sumber cahaya berada diatas subjek foto. Pencahayaan seperti ini biasanya terjadi saat hari cerah antara jam 10:00-14:00 (Kindarto,2007:75).

2.2.3 Bagan Kerangka konseptual

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyusunnya menjadi kerangka konseptual sebagai berikut:



Bagan 1 Kerangka Konseptual

Sumber : Sobur (Sobur 2003 : 69)