

BAB II

KAJIAN PUSTAKAN DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka terfokus pada penelitian terdahulu untuk memperkuat teori penelitian-penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti yang berkaitan dengan teori ikonografi dan semiotika. selain itu kajian pustaka ini sebagai pembentuk orisinilitas penelitian mengenai makna foto jurnalistik yang berjudul “Analisis Ikonografi Banjir Bandang Garut Pada Foto Jurnalistik Di Media Online Antarafoto.Com Edisi 28 November 2021 (Analisis Ikonografi Foto Banjir Bandang Sungai Citameng Garut di Media Online Antarafoto.com)”. Maka peneliti mengambil tiga referensi dari penelitian terdahulu yang menggunakan analisis ikonografi dan semiotika sebagai penelitiannya.

2.1.1 Tujuan Hasil Penelitian Terdahulu

- 1. Bangkit Jaya Putra, 2019, Foto Pemberitaan Gempa Bumi Dan Tsunami Palu (Analisis Ikonografi Pada Foto Headline Di Harian The Jakarta Post).**

Penelitian pada penelitian terdahulu objek yang diteliti adalah foto jurnalistik yang berjudul “Foto pemberitaan gempa bumi dan tsunami palu pada foto headline di Harian The Jakarta Post”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana ikon pesan dikenal dengan maknanya, baik dilihat dari makna deskripsi pra-ikonografi, analisis ikonografi dan interpretasi ikonologi. Peneliti ini menggunakan metode

pendekatan kualitatif dan menggunakan pendekatan Ikonografi model Erwin Panofsky. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni dengan melakukan teknik sampling, teknik observasi, dan teknik triangulasi.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa foto jurnalistik yang diangkat di harian *The Jakarta Post* tentang acara tersebut terlihat adanya pesan dan kesan yang tercermin dari semua orang yang terdampak musibah gempa bumi dan tsunami Palu, Sulawesi Tengah, dari analisis ketiga tahap tersebut, terungkap bentuk-bentuk kekacauan saat gempa bumi dan tsunami terjadi maupun pasca kejadian sehingga khalayak pembaca dapat mengaktualisasi keadaan sebenarnya yang disampaikan oleh *The Jakarta Post* sebagai sebuah gambaran visual untuk melihat langsung fenomena tersebut lebih dekat melalui foto jurnalistik yang diangkat dari harian online *The Jakarta Post*. (Putra, 2019)

2. Galang Agni Asmara Rakasiwi, 2019, Representasi Nasionalisme Dalam Serial Foto Jurnalistik “Selamatkan Merah Putih” (Analisis Semiotika Roland Barthes), Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta.

Penelitian pada penelitian terdahulu objek yang diteliti adalah foto jurnalistik yang berjudul “Selamatkan Merah Putih” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana ikon pesan dikenal dengan maknanya, baik dilihat dari makna langsung (denotatif) dan makna tidak langsung (konotatif). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah semiotika

model Roland Bathes, yakni dengan menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa ketujuh rangkaian foto “Selamatkan Merah Putih” ini mengandung makna representasi nasionalisme dalam setiap fotonya. Dimana makna denotasi dari setiap foto tersebut menggambarkan peristiwa evakuasi yang didalamnya terdapat tanda- tanda yang merepresentasikan nasionalisme seperti bendera merah putih, anggota tentara, anggota polisi, dan korban dari konflik tersebut. Kemudian tanda-tanda nasionalisme tersebut mengkonotasikan bahwa, unsur-unsur negara seperti pemerintah dan warga negara menciptakan sikap nasionalisme dengan ikut andil dalam menyelamatkan “merah putih”. (Rakasiwi, 2019)

3. Jaka Priyo Nuswantara, 2014, Peran Sosial Dalam Foto Jurnalistik (Analisis Semiotika Dalam Buku “Jakarta Estetika Banal” BAB I,III,V dan VII), Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Semarang.

penelitian yang dilakukan penelitian terdahulu objek yang diteliti adalah foto jurnalistik yang berjudul “Jakarta Estetika Banal” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana ikon pesan dikenal dengan maknanya, baik dilihat dari makna langsung (denotatif) dan makna makna tidak langsung (konotatif). Peneliti ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dan menggunakan pendekatan semiotika model Roland Barthes. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni dengan melakukan teknik sampling, teknik observasi, dan teknik triangulasi.

Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa hasil analisis teks menunjukkan kehidupan sosial masyarakat yang berdiam diri di kota Jakarta dengan konsep ringan dan natural untuk dilihat. Dari semua foto yang diteliti, objek masyarakat pinggiran dan politik menjadi sesuatu yang dominan untuk menjadi suatu yang harus dimengerti oleh pembaca. Dari kesimpulan ini penulis menemukan bahwa dari konstruksi foto yang ada pada buku “Jakarta Estetika Banal, Bab I, III, V dan VII” Penulis melihat posisi Background atau latar tidak begitu penting. Dalam konteks ini penulis menganggap background tidak terlalu berperan penting dalam menemukan makna semiotika, namun kebanyakan objek yang dominan adalah manusia itu sendiri.

Foto-foto yang ada di dalam buku “Jakarta Estetika Banal”, memberikan kesan bahwa buku ini menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat dalam kehidupannya di kota Jakarta. Dalam buku ini terdapat nilai-nilai lokalitas dari masyarakat Jakarta. Dan ini di pakai sebagai penambah kesan bahwa buku „Jakarta Estetika Banal“ sangat peduli kepada seluruh golongan masyarakat dan dari segi tampilan visualisasi, warna serta konsep yang dibuat tanpa efek dan sederhana. Kumpulan makna-makna yang terdapat dalam foto-foto ini memberikan arti tujuan dan tujuan dari buku “Jakarta Estetika Banal” bahwa sebagai manusia kita harus membantu masyarakat lain yang membutuhkan dan peduli dengan lingkungan sekitar khususnya kota Jakarta. (Nuswantara, 2014)

Tabel 2.1

Matrik Penelitian Terdahulu tentang Makna Foto Pemberitaan Gempa Bumi Dan Tsunami Palu (Analisis Ikonografi pada Foto Headline di Harian The Jakarta Post)

No	Item	Penelitian 1
1	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Bangkit Jaya Putra, 2019, Makna Foto Pemberitaan Gempa Bumi Dan Tsunami Palu (Analisis Ikonografi pada Foto Headline di Harian The Jakarta Post) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Tangerang.
2	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana ikon pesan dikenal dengan maknanya, baik dilihat dari makna deskripsi pra-ikonografi, analisis ikonografi dan interpretasi ikonologi.
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4	Teori Penelitian	Teori yang dijadikan landasannya adalah Ikonografi Erwin Panofsky.
5	Hasil	Berdasarkan hasil penelitian bahwa foto jurnalistik yang diangkat di harian <i>The Jakarta Post</i> tentang acara tersebut terlihat adanya pesan dan kesan yang tercermin dari semua orang yang terdampak musibah gempa bumi dan tsunami Palu, Sulawesi Tengah, dari analisis ketiga tahap tersebut, terungkap bentuk-bentuk kekacauan saat gempa bumi dan tsunami terjadi maupun pasca kejadian sehingga khalayak pembaca dapat mengaktualisasi keadaan sebenarnya yang disampaikan oleh <i>The Jakarta Post</i> sebagai sebuah gambaran visual untuk melihat langsung fenomena tersebut lebih dekat melalui foto jurnalistik yang diangkat dari harian online <i>The Jakarta Post</i> .
6	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaan penelitian yang akan dilakukan penulis dan penelitian terdahulu terdapat pada objek penelitian, sedangkan persamaannya adalah tentang foto jurnalistik bencana alam dan teori yang digunakan.

7	Kritik	Tidak mencantumkan foto yang akan diteliti dan kurang penjelasan teori di latar belakang.
---	--------	---

Tabel 2.2

Matrik Penelitian Terdahulu Tentang Representasi Nasionalisme Dalam Serial Foto Jurnalistik “Selamatkan Merah Putih” (Analisis Semiotika Roland Barthes)

No	Item	Penelitian 1
1	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Galang Agni Asmara Rakasiwi, 2019, Representasi Nasionalisme Dalam Serial Foto Jurnalistik “Selamatkan Merah Putih” (Analisis Semiotika Roland Barthes), Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta.
2	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana ikon pesan dikenal dengan maknanya, baik dilihat dari makna langsung (denotatif) dan makna tidak langsung (konotatif).
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4	Teori Penelitian	Teori yang dijadikan landasannya adalah semiotika Roland Barthes
5	Hasil	Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa ketujuh rangkaian foto “Selamatkan Merah Putih” ini mengandung makna representasi nasionalisme dalam setiap fotonya. Dimana makna denotasi dari setiap foto tersebut menggambarkan peristiwa evakuasi yang didalamnya terdapat tanda- tanda yang merepresentasikan nasionalisme seperti bendera merah putih, anggota tentara, anggota polisi, dan korban dari konflik tersebut. Kemudian tanda-tanda nasionalisme tersebut mengkonotasikan bahwa, unsur-unsur negara seperti pemerintah dan warga negara menciptakan sikap nasionalisme dengan ikut andil dalam menyelamatkan “merah putih”.

6	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaan penelitian yang akan dilakukan penulis, penelitian terdahulu terdapat pada objek penelitian dan teori yang digunakan. Sedangkan persamaannya adalah penelitian mengenai foto jurnalistik.
7	Kritik	Dalam penelitian ini alur pendahuluan terbalik (umum ke khusus) seharusnya untuk pedekatan penelitian kualitatif itu khusus ke umum. Selain itu juga, tidak menampilkan foto

Tabel 2.3

Matrik Penelitian Terdahulu tentang Peran Sosial Dalam Foto Jurnalistik (Analisis Semiotika Dalam Buku “Jakarta Estetika Banal” BAB I,III,V dan VII)

No	Item	Penelitian 1
1	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Jaka Priyo Nuswantara, 2014, Peran Sosial Dalam Foto Jurnalistik (Analisis Semiotika Dalam Buku “Jakarta Estetika Banal” BAB I,III,V dan VII), Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Semarang.
2	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana ikon pesan dikenal dengan maknanya, baik dilihat dari makna langsung (denotatif) dan makna tidak langsung (konotatif).
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4	Teori Penelitian	Teori yang dijadikan landasannya adalah semiotika Roland Barthes
5	Hasil	Foto-foto yang ada di dalam buku “Jakarta Estetika Banal”, memberikan kesan bahwa buku ini menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat dalam kehidupannya di kota Jakarta. Dalam buku ini terdapat nilai-nilai lokalitas dari masyarakat Jakarta. Dan ini di pakai sebagai penambah kesan bahwa buku „Jakarta Estetika Banal“ sangat peduli kepada seluruh golongan masyarakat dan dari segi tampilan visualisasi, warna serta konsep yang dibuat tanpa efek dan sederhana. Kumpulan makna-makna yang terdapat dalam foto-foto ini memberikan arti tujuan dan tujuan dari buku „Jakarta Estetika Banal“ bahwa sebagai manusia kita harus membantu masyarakat lain yang membutuhkan dan peduli dengan lingkungan sekitar khususnya kota Jakarta.
6	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaan penelitian yang akan dilakukan penulis, penelitian terdahulu terdapat pada objek penelitian dan teori yang digunakan. Sedangkan persamaannya adalah penelitian mengenai foto jurnalistik.

7	Kritik	Peneliti tidak menjelaskan secara detail objek penelitian. Selain itu juga, tidak menampilkan foto jurnalistik yang dianalisis.
---	--------	---

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Secara etimologi komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu “cum” atau kata depan yang berarti “dengan” atau bersama dengan dan kata “unus” atau sebuah kata bilangan yang berarti “satu”. Dua kata tersebut membentuk kata benda yakni “Communio”, Communio ini dalam bahasa Inggris disebut sebagai Communion yang memiliki arti yaitu kebersamaan, persatuan, persekutuan gabungan, pergaulan atau hubungan. Oleh karena itu, untuk ber-comunio diperlukan usaha dan kerja maka kata itu dibentuk menjadi kata kerja Communicare sehingga artinya menjadi “membagi sesuatu dengan seseorang tukar menukar, bercakap-cakap, berteman, bertukar pikiran, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, berhubungan berpartisipasi atau memberitahukan. (Kusumawati, 2019)

Menurut Moor, komunikasi memiliki definisi sederhana yakni penyampaian pengertian antarindividu. Menurutnya, semua manusia dilandasi kapasitas untuk menyampaikan maksud, hasrat, perasaan, pengetahuan, dan pengalaman dari orang yang satu kepada orang yang lain. Pada intinya, menurut Moor, komunikasi adalah pusat minat dan situasi perilaku, di mana suatu sumber menyampaikan pesan kepada seorang penerima dengan berupaya mempengaruhi perilaku penerima tersebut.

Sedangkan Harold Laswell mengutarakan, untuk menggambarkan

komunikasi dapat dilakukan dengan cara menjawab pertanyaan “*Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*”. (1) *Who* atau siapa adalah komunikator yakni orang yang menyampaikan atau mengatakan pesan-pesan baik lisan maupun tulisan (2) *Says What* atau mengatakan apa, adalah pesan berupa ide, informasi, atau opini yang dinyatakan oleh komunikator sebagai isi pesan (3) *In Which Channel* atau melalui saluran apa, yakni media sebagai alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan. Saluran tersebut digunakan agar pesan lebih mudah diterima komunikan, contohnya dengan menggunakan saluran seperti radio dan televisi (4) *To Whom* atau kepada siapa, adalah komunikan atau orang yang menjadi sasaran komunikator sebagai penerima pesan (5) *Effect* atau efek, adalah pengaruh yang dirasakan atau dilakukan komunikan setelah melakukan komunikasi dan menerima pesan dari komunikator.

Menurut Lasweel, kelima unsur tersebut menunjukkan studi ilmiah mengenai komunikasi. Dari pendapat Lasweel itu, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Penyampaian pesan yang disampaikan melalui proses komunikasi diharap dapat menimbulkan perubahan baik sikap maupun pendapat dari orang yang menjadi sasaran komunikasi. Dalam kata lain, komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain. (Suhandang, 2010, p. 16)

2.2.1.2 Komunikasi 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, p. 4)

2.2.1.2.1 Fungsi dan efek Media Massa

Dalam arti penting media massa, Dennis McQuail (1987) memberikan beberapa asumsi pokok tentang peran atau fungsi media di tengah kehidupan masyarakat saat ini, antara lain:

1. Media merupakan sebuah industri. Media terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa. Di sisi lain, industri media tersebut diatur oleh masyarakat.

2. Media berperan sebagai sumber kekuatan yaitu alat kontrol manajemen dan inovasi dalam masyarakat. Komunikator menjadikan media sebagai pengganti kekuatan, tameng, atau sumber daya lainnya, dalam kehidupan nyata.
3. Media menjadi wadah informasi yang menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik dari dalam negeri maupun internasional.
4. Media berperan sebagai wahana pengembangan budaya. Melalui media seseorang dapat mengembangkan pengetahuannya akan budaya lama, maupun memperoleh pemahaman tentang budaya baru. Misalnya gaya hidup dan tren masa kini yang semuanya didapat dari informasi di media.
5. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dikombinasikan dengan berita dan tayangan hiburan. Media telah menjadi sumber dominan bagi individu dan kelompok masyarakat. (Nurudin, 2013, p. 34)

2.2.1.3 Ikonografi

Teori ikonografi (iconography) dikemukakan oleh Erwin Panofsky pada 1920 atau abad ke 19, secara etimologi ikonografi berasal dari bahasa Yunani yaitu terdiri dari aekon yang memiliki arti gambar dan graphe yang memiliki arti sebuah tulisan. Ikonografi adalah cabang dari penelitian sejarah seni yang memiliki kaitan dengan pokok bahasan atau makna dari sebuah karya seni.

(Panofsky, *Ikonography*, 1955). Pada saat itu, ikonografi hanya dipakai untuk menganalisis sebuah lukisan saja. Namun Müller dalam Christensen (2010, p. 47) menjelaskan bahwa ikonografi bisa digunakan sebagai cara berfikir untuk menganalisis visual dalam komunikasi dan penelitian media. Dari penjelasan ini, segala tampilan visual dapat dinilai dan diamati secara ikonografi. Penulis menggunakan analisis foto dalam media online untuk dianalisis dengan ikonografi, hal ini dapat dilakukan dan dibuktikan menurut Christensen pada penelitiannya.

Dalam penelitian Christensen yang berjudul *Photo Journalism In War and Armed Conflicts* (2010, p. 43) dijelaskan bahwa metode analisis ikonografi dianggap sebagai sebuah metode yang baik untuk menganalisis sebuah visual seperti foto. Selanjutnya, Christensen menjelaskan teknik analisis khusus ini menawarkan kemungkinan untuk menarik kesimpulan lebih lanjut tentang pengaruh eksternal dan makna subjek penyelidikan dalam kerangka budaya dan masyarakat. Analisis yang dilakukan pada tahap terakhir menganggap citra sebagai stimulus terhadap perubahan dan karakteristik tertentu dalam masyarakat dan oleh karena itu metode ikonografi merupakan alat yang tepat untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian.

Tujuan utama dari ikonografi adalah untuk mendeteksi dan memonitor sebuah konten tersembunyi dari objek bergambar yang informasinya relevan dengan media dan penelitian komunikasi (Christensen, 2010, p. 47). Dari penjelasan Christensen bisa ditarik kesimpulan bahwa segala sesuatu yang

bebentuk visual pada media bisa dianalisis untuk mencari konten tersembunyi dengan metode ikonografi.

Hal ini juga relevan dengan pemikiran framing bahwa setiap kali dalam upaya pembuatan konstruksi selalu ada pesan yang ingin disampaikan, ini sejalan dengan tujuan utama ikonografi yaitu untuk mengetahui pesan tersembunyi. Maka ikonografi bisa digunakan untuk menganalisis bagaimana bentuk bingkai dalam sebuah foto dalam hal ini foto harian ANTARA mengenai banjir bandang di Garut, Jawa Barat.

Analisis konten ikonografi menjelaskan sebuah makna tersembunyi di balik sebuah gambar atau suatu bentuk karya seni. Christensen dalam hal ini mengadopsi prinsip kerja dari Panofsky dalam analisis konten ikonografi dengan tiga tahap, yaitu tahapan deskripsi pra-ikonografi, analisis ikonografi dan interpretasi ikonografi (Panofsky, 1955, p. 26-40). Ketiga tahapan ini adalah hirarki tahapan yang memiliki hubungan untuk menjawab permasalahan yang ingin dikaji.

Dalam analisis visual, ada dua pendekatan yang biasa digunakan yakni semiotika Roland Barthes dan ikonografi. Kedua pendekatan ini meminta dua pertanyaan mendasar yang sama, yakni: pertanyaan tentang representasi gambar mewakili apa dan bagaimana? dan pertanyaan tentang 'makna tersembunyi' dari gambar (apa ide-ide dan nilai-nilai yang dilakukan orang, tempat, dan sesuatu yang diwakili dalam gambar). Namun, studi semiotika visual Barthes yang hanya seputar gambar itu sendiri, dan memperlakukan makna budaya sebagai mata uang

yang diberikan yang dibagi oleh semua orang yang terakulturasi dengan budaya populer kontemporer, dan yang kemudian dapat diaktifkan dengan gaya dan isi gambar, ikonografi juga memperhatikan konteks dimana foto tersebut diproduksi dan diedarkan, serta bagaimana dan mengapa makna budaya dan ekspresi visual mereka terjadi secara historis (Van Leeuwen, 2001: 92). Untuk menganalisis sadisme dalam fotojurnalistik, peneliti menggunakan pendekatan ikonografi. Alasan peneliti yakni, selain karena masih minimnya mahasiswa/i yang menggunakan pendekatan ini dalam penelitiannya, ikonografi tidak hanya terbatas pada analisis tekstual (semiotika visual Barthes) tetapi juga menggunakan analisis yang didasarkan pada perbandingan intertekstual dan penelitian latar belakang sejarah.

Metode Panofsky pada intinya berupa “tiga strata yang menyangkut pokok atau makna” (three strata of subject matter of meaning) karya visual. Ketiga tingkatan makna yang terkandung dalam karya visual itu secara berurutan terdiri atas tingkatan praikonografi (pre-iconography), ikonografi (iconography) dan ikonologi (iconology). Pada lapisan praikonografi pengamat sesuai dengan kerangka pemahaman dan cakupan pengalamannya sendiri memperhatikan bagian-bagian tertentu gambar yang dianggap menarik. Pada lapisan ikonografi pengamat memperhatikan pertautan antara motif gambar dan maknanya. Sedangkan pada lapisan ikonologi pengamat berupaya menafsirkan atau menggali makna intrinsik dari gambar yang diamati.

Panofsky juga merangkum ketiga strata penafsiran tersebut dalam sebuah tabel sebagai berikut :

Tabel 2.4 Strata Penafsiran atas Karya Visual dari Panofsky

Objek Penafsiran	Tindak Penafsiran	Perangkat Penafsiran	Prinsip Pemandu Penafsiran
Makna <i>primer</i> atau <i>alamiah</i> – faktual (A), Ekspresional (B) - , yang membentuk juga motif artistik.	<i>Deskripsi praikonografi</i> (dan analisis semi formal).	<i>Pengalaman praktis</i> (pengenalan atas <i>objek</i> dan <i>peristiwa</i>).	Sejarah <i>penggayaan</i> (telaah atas cara <i>objek</i> dan <i>peristiwa</i> diungkapkan melalui <i>bentuk</i> , dalam berbagai kondisi historis).
Makna <i>sekunder</i> atau <i>konvensional</i> , yang membentuk <i>citraan</i> , <i>cerita</i> dan <i>alegori</i> .	<i>Analisis ikonografi</i> dalam pengertian yang lebih ketat.	<i>Pengetahuan mengenai bahan-bahan bacaan</i> (pengetahuan atas <i>tema</i> dan <i>konsep</i> khusus).	Sejarah <i>ragam karya</i> (telaah atas cara <i>tema</i> atau <i>konsep</i> khusus diungkapkan melalui <i>objek</i> atau <i>peristiwa</i> khusus, dalam berbagai kondisi historis).
Makna atau <i>kandungan intrinsik</i> , yang membentuk nilai-nilai “simbolis”.	<i>Penafsiran ikonografi</i> dalam pengertian yang lebih mendalam (<i>sintesis ikonografi</i>).	<i>Intuisi sintesis</i> (pengenalan atas <i>kecenderungankecenderungan hakiki</i> dari pikiran manusia), yang dikondisikan oleh kepribadian.	Sejarah <i>gejala budaya</i> atau “simbol” pada umumnya (telaah atas cara <i>kecenderungankecenderungan hakiki dari pikiran manusia</i> diungkapkan melalui <i>tema</i> dan <i>konsep</i> khusus, dalam berbagai kondisi historis).

Sumber : Panofsky, 1939: 14-15

Namun, Panofsky mengingatkan :

Patut kita ingat bahwa kategori-kategori yang dibedakan secara terperinci itu, yang dalam tabel tersebut seakan-akan menunjukkan tiga wilayah makna tersendiri, sesungguhnya mengacu pada aspek-aspek dari satu fenomena, yakni karya seni secara menyeluruh. Dengan demikian, dalam pelaksanaannya, metode-metode pendekatan yang di sini tampak sebagai tiga langkah terpisah berpautan satu sama lain dalam suatu proses yang bersifat organis dan terpadu (Panofsky, 1939: 16). Patut dicatat bahwa dalam *Studies in Iconology* metode penafsiran karya visual dari Panofsky itu dikemukakan sebelum ia menafsirkan lukisan-lukisan dari zaman Renaissance. Lukisan-lukisan tersebut lazimnya digolongkan sebagai fine art, yang karakteristiknya tentu akan dianggap sangat berlainan dengan karya visual yang ditelaah dalam penelitian ini, yakni foto-foto terkait peristiwa banjir bandang di Kabupaten Garut. Namun, pada dasarnya metode Panofsky dapat diandalkan untuk membaca berbagai gejala visual.

Dalam penelitian ini, aspek ikonografis dari karya visual diperinci menjadi dua segi, yakni motif dan makna (meaning). Motif mengacu pada hal yang tampak pada bidang gambar, sedangkan makna mengacu pada hal yang tersirat di balik gambar. Demikianlah dengan mengkaji serangkaian foto peristiwa banjir bandang di Garut, Jawa Barat pada 2021, diharapkan akan memperdalam pemahaman mengenai fotografi khususnya makna apa yang ada dalam sebuah visual jurnalistik dalam hal ini adalah foto.

Gambar memang memiliki banyak makna. Oleh karena itu, fenomena gambar atau visual ini sangat menarik karena melalui gambar orang awam pun dapat menangkap maksud dibalik gambar tersebut, walaupun mungkin saja

interpretasinya sangat berbeda dari si pembuat gambar. Hal tersebut disebabkan karena perbedaan latar belakang budaya, *frame of reference*, *field of experience*, dan kemampuan interpretasi setiap orang ikut mempengaruhi bagaimana orang melihat dan menginterpretasikan suatu gambar.

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal tidak semudah yang kita bayangkan. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. (Mulyana D. , 2017, p. 260)

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individu kita. Konsekuensinya, kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang tidak mampu menimbulkan reaksi yang merupakan totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata itu. (Mulyana D. , 2017, p. 261)

Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*). Komunikasi verbal menempati porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal

ketimbang nonverbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan, contoh : komunikasi verbal melalui lisan dapat dilakukan dengan menggunakan media, contoh seseorang yang bercakap-cakap melalui telepon. Sedangkan komunikasi verbal melalui tulisan dilakukan dengan secara tidak langsung antara komunikator dengan komunikan. Proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan berupa media surat, lukisan, gambar, grafik dan lain-lain. (Kusumawati, 2019)

2.2.2.2 Fotografi

Secara etimologi, fotografi merupakan kata serapan dari Bahasa Inggris, photography. Photography itu sendiri berasal dari dua kata bahasa Yunani, fotos yang berarti cahaya, dan grapos/ graphein yang berarti menulis atau melukis. Jadi, fotografi dapat diartikan menulis dengan bantuan cahaya, menggambar dengan bantuan cahaya atau merekam gambar melalui media kamera dengan bantuan cahaya. Sementara itu, kata kamera berasal dari bahasa latin Camera Obscura yang berarti kamar gelap atau dark room (Mulyanta, 2008: 5). Ilmu fotografi sudah muncul sejak zaman dahulu. Buktinya, manusia prasejarah selalu berkeinginan untuk mengabadikan setiap peristiwa yang dialaminya. Peristiwa demi peristiwa didokumentasikan melalui berbagai cara. Salah satunya dengan menggambarkan peristiwa-peristiwa tersebut pada dinding gua, kulit kayu atau kulit binatang melalui teknik melukis sampai teknik fotografi yang sangat sederhana. Sejak zaman prasejarah telah dikenal makhluk yang tinggal di goa-goa dan meninggalkan jejak-jejak visual mereka pada dinding-dinding goa yang dikenal dengan pictograph, petroglyph, dan ideograph ketika setiap gambar yang

ada bermuatan makna tertentu. Karya visual yang ada di dalam goa berkembang menjadi suatu kegiatan yang turun temurun dan menjadi tradisi yang hidup dalam peradaban manusia sejak dahulu kala sampai saat ini. Tradisi itu adalah pictorialism yang merupakan bagian dari hasil kebudayaan materil yang hidup dan berkembang dalam sejarah umat manusia sebagai awal perkembangan tradisi imaji visual. Teknik fotografi sederhana mulai terungkap sekitar abad ke-10. Saat itu, ilmuwan Arab bernama Alhazen menjelaskan cara melihat gerhana matahari menggunakan ruang gelap. Ruangan tersebut dilengkapi dengan sebuah lubang kecil (pinhole) yang menghadap ke matahari. Untuk pertama kalinya, prinsip kerja Alhazen berhasil ditemukan oleh Reinerus Gemma-Frisius (1554), seorang ahli fisika dan matematika dari Belanda (Giwanda, 2001: 3). Fotografi secara resmi lahir di Paris tahun 1839 ketika Louis Jacques Mande Daguerre memperkenalkan kameranya yang bernama Daguerreotype. Sejak itu, era perkembangan fotografi terus berjalan mengikuti perkembangan kemajuan manusia, hingga kini memasuki masa booming teknologi kamera digital. Ada beberapa macam jenis fotografi diantaranya yaitu (Santoso, 2010: 14) :

1. Fotografi Murni atau Hobi Jenis fotografi yang digolongkan ke dalam kelompok fotografi murni ini adalah jenis karya fotografi yang dibuat semata-mata karena hobi atau kesukaan sang fotografer. Karya tersebut tidak dimasukkan sebagai ilustrasi artikel pada majalah atau surat kabar atau juga tidak dimasukkan sebagai bahan promosi atau iklan. Karya tersebut dibuat atas dasar keinginan atau mood si pemotret terhadap objek atau keindahan objek yang

dilihatnya. Tujuan yang dikejar oleh sang fotografer adalah menciptakan momen eksotik.

2. **Fotografi Jurnalistik** Fotografi jurnalistik yang khusus menampilkan foto-foto yang memiliki nilai berita, baik benda, bahan atau situasi kehidupan manusia yang menarik perhatian umum. Bersifat aktual sebagai berita yang mampu mengungkapkan kejadian, menjelaskan dan menimbulkan rasa ingin tahu.

3. **Fotografi Komersil** Fotografi komersial memiliki aturan-aturan yang ditaati dan ditepati. Fotografer di bidang ini harus menunjukkan hasil yang subjektif secermat mungkin. Bahkan pada saat-saat tertentu para pemotret harus pula menjaga kerahasiaan, keamanan dan keselamatan objek yang dipotretnya.

4. **Fotografi Iklan** Pada fotografi iklan dapat dilihat bahwa faktor objektivitas agak sedikit berkurang. Alasan yang paling mendasar adalah foto-foto yang akan ditampilkan bertujuan mempengaruhi selera konsumen, agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkan. Seorang fotografer harus berkreasi untuk mendapatkan hasil yang memiliki “magnet”.

5. **Fotografi Pernikahan** Fotografi pernikahan adalah bagian dari fotografi komersial yang berfungsi sebagai sarana pendokumentasian upacara pernikahan. Fotografi pernikahan merupakan “tambang emas” bagi seorang fotografer yang tidak ada habis-habisnya. Cabang fotografi ini tidak akan pernah berakhir sepanjang masa, karena merupakan keinginan manusiawi jika pasangan yang melakukan pernikahan ingin mengabadikan hari bahagia mereka tersebut.

6. Fotografi Fashion Fotografi fashion tidak lagi berbentuk foto produk tetapi berkembang menjadi aliran yang mengutamakan artistik yang tinggi yang mewakili rancangan mode. Persaingan dalam menjual ide, konsep dan tidak hanya dari sisi rancangan mode, tapi juga teknik fotografi, make-up dan rambut, tata gaya, tata ruang dan sebagainya yang menghasilkan sebuah karya seni.

Hal pokok yang penting dikuasai dalam bidang fotografi adalah kemampuan teknis dalam memotret dan kreativitas komposisi foto. Kemampuan teknis yaitu kemampuan untuk menguasai dan mengoperasikan alat-alat fotografi. Beberapa teknik perlu dikuasai apabila ingin menghasilkan foto yang indah. Sedangkan, kreativitas komposisi foto adalah kemampuan dalam mengolah suatu objek fotografi sehingga karya tersebut menjadi enak dipandang, mempunyai nilai bagi subjek yang menjadi penikmat foto. Memandang suatu benda, atau apapun, dengan kamera tentulah tidak seeluasa melihat dengan mata telanjang. Apabila seorang fotografer membidik melalui view vinder, maka hanya dapat mengambil sebagian dari yang mampu dilihat oleh mata. Oleh karena itu, untuk memperlihatkan keindahan dari suatu objek yang berhasil dibidik fotografer, diperlukan adanya komposisi foto. Komposisi merupakan susunan seni penempatan objek yang dilakukan oleh fotografer dalam sebuah foto. Unsur yang membuat gambar berhasil lebih baik dan membuat menarik adalah mutu dari komposisi yang diciptakan oleh fotografer. Dalam sebuah foto, tidak ada batasan “saklek” atau batasan jelas untuk pengaturan komposisi foto. Cara untuk memberikan komposisi yang baik dalam sebuah foto adalah dengan menempatkan

pada “titik kuat” dalam sebuah foto. Komposisi tersebut dilakukan berdasarkan beberapa kriteria, yaitu (Alwi, 2004: 42):

- a. Point of interest : hal atau sesuatu yang paling menonjol pada foto. Kadang orang mengatakannya adalah sebagai pusat perhatian.
- b. Framing : kegiatan membingkai di mana objek yang akan difoto berada dalam suatu bingkai.
- c. Balance : kegiatan di mana mempertimbangkan keseimbangan letak objek foto agar posisi objek foto (point of interest) saat akan melakukan framing.

Dalam pengambilan gambar, jarak dalam mengambil gambar perlu diperhatikan, karena penentuan tersebut mempengaruhi akan foto yang terekam dalam kamera. Kalau jaraknya jauh dari objek, maka gambar yang terekam akan terambil secara luas dan menyeluruh. Lalu ketika pengambilan gambar dengan jarak lebih mendekat dengan objek, maka hanya beberapa komponen yang terekam oleh kamera. Selain itu ada teknik close up yang lebih dekat lagi dengan objek. Komposisi lainnya, ada juga yang disusun berdasarkan jarak pemotretan. Jarak yang dimaksud adalah jarak antara fotografer dengan objek foto. Variasi komposisi tersebut antara lain (Alwi, 2004: 45-46) :

- a. Long shot Long shot merupakan sudut pandang yang lebar yang memberi perhatian lebih kepada objek pemotretan dengan cara memisahkannya dari latar belakang yang mungkin mengganggu (Sugiarto, 2004: 82). Sebuah foto dengan long shot menangkap seluruh wilayah dari

tempat kejadian. Komposisi yang dihasilkan adalah objek (point of interest) kecil. Lebih mudahnya, jarak kamera jauh dengan objek foto. Biasanya apabila dalam memotret manusia, diperlihatkan seluruh tubuhnya. Komposisi long shot biasanya digunakan untuk menjelaskan dan memperlihatkan suasana atau situasi yang sedang terjadi. Long shot memberikan gambaran untuk melihat hubungan antara objek dengan latar belakang yang ada dalam foto tersebut.

b. Medium shot Medium shot merupakan pandangan yang lebih mengarah kepada suatu tema pokok dengan latar belakang yang sedikit dihindari. Ketika pemotretan dengan objek manusia, maka yang diambil dalam foto tersebut dari pinggul ke atas (Sugiarto, 2004: 88). Sebuah objek manusia ditampilkan dari lutut atau sedikit di bawah pinggang sampai dengan ke atas. Komposisi yang dihasilkan adalah objek yang difoto (point of interest) sudah terlihat lebih besar dibandingkan dengan pemotretan dengan teknik long shot dan dapat menjelaskan lebih detail. Jarak antara kamera dengan objek lebih dekat.

c. Close up Dengan teknik close up ini, yang difoto sebatas wajah, diambil dari jarak dekat. Fungsi dari jepretan (shot) adalah untuk mengungkapkan detail dan ekspresi wajah model. Jepretan (shot) ini banyak disukai oleh para fotografer karena dapat mengungkapkan wajah objek dengan dengan baik dan jelas (Sugiarto, 2004: 18). Komposisi yang dihasilkan hanya objek yang difoto saja atau pada wajah orang saja.

Biasanya pemotretan close up dilakukan untuk memperlihatkan ekspresi orang atau detail suatu benda.

Komposisi ada juga yang berdasarkan dari sudut pengambilan gambar (Alwi, 2004: 46). Sudut pengambilan gambar yang dimaksud disini adalah seberapa tinggi pengambilan gambar antara fotografer dengan objeknya. Komposisi tersebut antara lain :

a. Bird Eye View atau High angle (pandangan tinggi), artinya pemotretan berada pada posisi yang lebih tinggi dari objek foto, pengambilan gambar terletak di atas garis horizontal. Sudut pandang yang dihasilkan gambar seolah-olah objek tampak lebih pendek dari aslinya, dikarenakan pandangan ini mengurangi ketinggian objek dengan tingkat pengukuran tertentu (Sugiarto, 2004: 68). Komposisi Bird Eye View atau High angle memberikan kesan kecil, dalam, lamban untuk sebuah objek yang mendekat atau menjauh dari kamera, dapat digunakan untuk pembukaan dalam suatu foto cerita. Apabila dalam foto pemandangan, maka dapat memperlihatkan situasi keadaan yang luas dari atas, sehingga dapat memperlihatkan secara keseluruhan pemandangan tersebut.

b. Frog Eye Level atau Low angle (pandangan rendah) merupakan kebalikan dari high angle. Sudut pandang dalam teknik ini yaitu pemotretan dengan kedudukan fotografer lebih rendah dari objek pemotretan. Gambar yang dihasilkan seolah-olah objek lebih tinggi dari aslinya (Sugiarto, 2004: 82). Foto dengan komposisi Frog Eye Level atau Low angle (pandangan rendah) memberi kesan gagah, suasana yang penuh

kekuatan atau keangkeran, membuat suasana dramatik, dapat mengurangi foreground yang tidak disukai, menurunkan cakrawala, dan menyusutkan latar belakang serta meningkatkan ketinggian yang lebih kuat dari suatu objek.

c. Eye Level View atau Normal Angle (pandangan normal) yaitu pandangan setinggi mata manusia dalam posisi berdiri. Pemotretan eye level merupakan pengambilan gambar yang dilakukan dengan cara mata kamera (fotografer meletakkan posisi kamera sama dengan objek) sejajar dengan objek yang akan diambil. Dalam pemotretan dengan teknik eye level (pandangan normal) ini hasilnya akan sama dengan pandangan mata biasa (Sugiarto, 2004: 49). Komposisi ini memberikan kesan santai, landai, monoton, biasa (apa adanya), umum, dan tidak menciptakan suasana dramatik. Unsur kedekatan penikmat foto akan dapat terbangun apabila menggunakan komposisi ini.

Adapun Elemen-Element dalam Gambar lebih banyak lagi namun ringkas menurut Keith Selby dan Ron Cowdery adalah sebagai berikut;

Penanda (signifier)	Petanda (signified)
Pengambilan Gambar	
Big Close Up	Emosi, dramatik, momen penting
Close Up	Intim,
Medium Shot	Hubungan personal dengan subyek
Long Shot	Konteks, perbedaan publik
	Konteks, perbedaan publik
Sudut Pandang (Angle)	
pengambilan gambar	
High	Dominasi, kekuasaan, otoritas
Eye Level	Kesejajaran, kesamaan, sederajat
Low	Didominasi, dikuasai, kurang otoritas
Tipe Lensa	

Wide Angle	Dramatis, akan memberikan
Normal	pandangan atas keseluruhan keadaan.
Telephoto	Normalitas, keseharian Tidak personal, voyeuristic
Fokus	
Selective focus	Meminta perhatian (lihat yang ini saja)
Soft focus	Romantis, nostalgia Semua unsur
Deep focus	adalah penting (lihat semuanya!)
Pencahayaan	
High Key	Riang
Low Key	cerah Suram
High Contrast	muram Dramatik, teatrikal
Low Contrast	Realistik, documenter
Pewarnaan	
Warm (kuning, oranye, merah)	Optimis, harapan, hasrat, agitasi
Cool (biru, hijau)	Pesimis, tidak ada harapan Realisme,
Black and White	aktualitas, faktual

Tabel 2.5: Elemen-Elemen dalam Gambar menurut Keith Selby dan Ron Cowdery²⁰

Fotografi berkembang menjadi sarana yang berguna bagi perkembangan ilmu dan teknologi untuk kemaslahatan manusia. Pengembangan lebih lanjut dari fotografi telah menciptakan suatu bentuk media baru. Media yang semula merupakan gambar “still” yang tidak bergerak telah menjadi media penghasil imaji bergerak dalam bentuk film dan video dengan fungsi dan penampilan yang mendukung esensi karakteristik fotografi sebagai imaji visual yang nyata, faktual dan terpercaya seperti realitas kehidupan.

2.2.2.2.1 Foto Jurnalistik

Ketika kebutuhan manusia untuk merekam suatu kejadian atau peristiwa yang mempunyai nilai berita, dalam arti bahwa suatu berita harus diketahui oleh orang banyak, maka kebutuhan untuk merekam dengan sarana

yang mudah, terpercaya keotentikan detail yang memadai, relatif cepat proses produksinya telah terwakili dalam karya fotojurnalistik. Untuk itu maka pilihan yang efektif tiada lain adalah fotografi yang berfungsi sebagai pencipta imaji yang dapat disebarluaskan melalui media cetak, baik sebagai pendukung atau ilustrasi berita verbal, maupun yang berdiri sendiri sebagai imaji rekaman peristiwa (foto berita) yang faktual dan terpercaya. Maka lahirlah documentary photography yaitu foto yang sesuai dengan sifat hakiki dari fotografi yang berfungsi merekam atau mendokumentasikan sesuatu. Namun secara khusus foto tidak sekadar mendokumentasikan, tetapi juga merekam peristiwa yang harus diketahui secara umum, maka terciptalah apa yang disebut photojournalism atau fotojurnalistik.

Esensi dari fotojurnalistik adalah bahwa sebuah berita harus ditampilkan secara faktual, visual, dan menarik. Sedangkan entitas fotojurnalistik yang menampilkan fakta dan realitas dalam bentuk visual yang terdokumentasikan dengan baik bila dirunutkan secara kronologis melalui alur waktu yang benar dapat dikatakan sebagai suatu sejarah fakta bergambar. Ia merupakan catatan yang terekam dalam mata visual karena mengandung jejak dan langkah kenyataan dan kejadian yang patut diketahui orang banyak karena nilai vitalitasnya dalam perjalanan peradaban manusia.

Ketika kata fotografi menjadi fotojurnalistik ada makna lain yang harus ditambahkan. Ada pula aturan-aturan khusus yang mengikat. Jurnalistik identik dengan bidang kewartawanan atau pers, yaitu kegiatan mencari, mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan berita melalui media massa.

Ada beragam definisi tentang fotojurnalistik yang disampaikan para pakar komunikasi dan praktisi jurnalistik. Namun secara garis besar, menurut Guru Besar Universitas Missouri, Amerika Serikat, Cliff Edom fotojurnalistik adalah paduan antara gambar (foto) dan kata. Dalam berita, foto mempunyai kedudukan untuk membuktikan atau fungsi dokumenter bagi teks (Alwi, 2004: 4). Jadi, fotojurnalistik juga harus didukung dengan kata-kata yang disebut dengan teks atau caption. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan gambar dan mengungkapkan pesan atau berita yang akan disampaikan ke khalayak. Tanpa caption, sebuah foto hanyalah gambar yang bisa dilihat tanpa bisa diketahui apa informasi dibaliknyanya. Unsur 5W+1H dipaparkan lewat caption.

Fotojurnalistik berbeda dengan foto-foto keluarga, foto kenangan, foto proyek bangunan dan lain-lain, karena fotojurnalistik memiliki tujuan yang berbeda dengan foto-foto tersebut. Fotojurnalistik bertujuan untuk dikonsumsi media masa yang memiliki berita. Menurut perkembangannya, fotojurnalistik tak lagi sebagai pendukung suatu berita, bahkan bisa berdiri sendiri menjadi sebuah berita dan dikenal sebagai berita foto. Sehingga, kehadirannya pada media cetak bisa memiliki fungsi ganda, yang pertama sebagai ilustrasi pendukung berita, yang kedua sebagai "berita" itu sendiri.

Fotojurnalistik menjadi bagian penting dalam surat kabar sejak tahun 1920an. Para penerbit semula tidak terlalu suka banyak mengurus soal fotografi, namun kini cara pikir tersebut berubah sesuai dengan kemajuan jaman dan kesuksesan media cetak. Fotografi punya banyak fungsi. Selain memperindah halaman surat kabar, fotojurnalistik juga memberi gambaran visual tentang suatu

peristiwa. Fotojurnalistik dalam media masa sangat diperlukan dan penting. Dikarenakan fotojurnalistik memiliki banyak keunggulan, yakni (Ermanto, 2005:154) :

1. semua aspek dari kenyataan dengan menyiratkan rumus 5W + 1H
2. Foto jurnalistik membuat segar halaman surat kabar dan menolong pembaca untuk melihat hal-hal yang menarik
3. Foto jurnalistik dapat memisahkan dua berita agar tidak monoton
4. Foto jurnalistik dapat dibuat dengan mudah, cepat, dan akurat
5. Foto jurnalistik dapat mengejar jangka waktu
6. Foto jurnalistik tidak memerlukan penerjemahan untuk pemberitaan lintas negara
7. Fotojurnalistik lebih kompak
8. Foto jurnalistik memiliki efek yang lebih besar kepada pembaca.

Kenneth Kobre, professor yang memimpin jurusan Fotojurnalistik di San Fransisco State University dalam bukunya yang berjudul Photojournalism: The Professionals Approach menegaskan bahwa fotojurnalistik bukan hanya melengkapi berita di sebuah edisi sebagai ilustrasi atau sebagai hiasan untuk mengisi bagian abu-abu sebuah halaman. Fotojurnalistik saat ini mewakili alat terbaik yang ada untuk melaporkan peristiwa umat manusia secara ringkas dan efektif. Oscar Matuloh, pendiri Galeri Foto Jurnalistik Antara mengutip Wilson

Hick, mantan redaktur foto majalah Life dari buku *Words and Pictures* menjelaskan bahwa fotojurnalistik adalah media komunikasi yang menggabungkan elemen verbal dan visual. Elemen verbal yang berupa kata-kata itu disebut caption yang melengkapi informasi sebuah gambar (Wijaya, 2011: 9-10).

Ada delapan karakter fotojurnalistik menurut Frank P. Hoy dari Sekolah Jurnalistik dan Telekomunikasi Walter Cronkite, Universitas Arizona, pada bukunya yang berjudul *Photojournalism the Visual Approach*. Delapan karakter ini memang harus dipenuhi sebuah fotojurnalistik, namun syarat paling utama adalah fotojurnalistik harus mencerminkan etika atau norma hukum, baik dari segi pembuatannya maupun penyiarannya. Karakter tersebut sebagai berikut :

1. Fotojurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan pewarta 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 satelit juga internet seperti kantor berita (*wire service*).
3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
4. Fotojurnalistik adalah paduan dari foto dan teks foto.
5. Fotojurnalistik mengacu pada manusia. Manusia adalah subjek sekaligus pembaca fotojurnalistik.

6. Fotojurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (mass audiences). Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.

7. Fotojurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto.

8. Tujuan fotojurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers (freedom of speech and freedom of press) (Alwi, 2004: 4).

Keunggulan fotojurnalistik dibanding medium penyampai informasi lainnya adalah ia mampu mengatasi keterbatasan manusia pada huruf dan kata. Aspek penting yang harus ada dalam fotojurnalistik adalah mengandung unsur-unsur fakta, informatif dan mampu bercerita. Meski begitu keindahan teknis dan sentuhan seni menjadi nilai tambah fotojurnalistik.

Fotojurnalistik merupakan bagian dari kegiatan jurnalistik, sehingga berita maupun fotojurnalistik (foto berita) sebagai sebuah karya jurnalistik tentunya mempunyai nilai-nilai tertentu sehingga layak dikatakan berita. Nilai berita tersebut terdiri atas :

a. Magnitude. Nilai ini menunjukkan besaran atau bobot dari sebuah peristiwa. Kejadian yang mengandung nilai magnitude layak untuk dijadikan berita. Misalnya, kapal laut tenggelam, pesawat terbang jatuh, tabrakan kereta api.

b. *Timeliness*. Nilai kesegaran atau kebaruan sangat penting. Hal yang baru, yang belum diketahui orang lain, yang belum dipublikasikan akan menarik banyak orang. Misalnya tertundanya pelaksanaan Ujian Nasional atau berita mengenai kasus korupsi yang melibatkan pejabat atau tokoh nasional.

c. *Proximity*. Dekatnya kejadian dengan khalayak juga merupakan nilai yang penting (geografis dan psiko-grafis). Jarak geografis dapat diukur dengan kilometer atau mil. Psiko-grafis yang berhubungan dengan kejiwaan, psikologis, politik, kebudayaan, dan lain-lain. Contoh berita yang mengandung psiko-geografis yakni terpilihnya Barack Obama sebagai Presiden Amerika Serikat tahun 2009. Peristiwa tersebut menjadi semakin penting untuk Indonesia karena Obama pernah tinggal dan mengenyam pendidikan di Indonesia.

d. *Prominence*. Sesuatu yang menonjol, atau bisa dikatakan aspek ketokohan. Misalnya, melekat pada seorang tokoh, menyangkut prestasinya, kecelakaannya, gaya hidupnya dan lain-lain.

e. *Importance*. Sesuatu apakah mempunyai arti penting atukah tidak. Bila memang penting maka hal tersebut layak untuk diberitakan. Kenaikan berbagai kebutuhan pokok seperti bawang, cabai, dan daging tentunya sangat penting untuk warga yang mempunyai usaha makanan atau restoran.

f. *Impact* atau *Consequence*. Akibat atau konsekuensi yang sangat luas dirasakan masyarakat tentulah merupakan nilai yang tinggi. Kenaikan BBM misalnya, menjadi isu yang sangat penting.

g. Conflict atau Controversy. Informasi yang mengandung konflik dan kontroversi jelas mempunyai nilai cukup tinggi. Konflik yang dialami warga Bali di Lampung pada Oktober 2012 dan berita mengenai penetapan lambang Provinsi Nangroe Aceh Darussalam yang mirip dengan bendera GAM.

h. Sensation. Peristiwa yang besar disebut sensasi atau menggemparkan tapi peristiwa kecil yang dibesar-besarkan dinamakan sensasional. Sensasional tidak dibenarkan karena bertentangan dengan keadaan yang sebenarnya (tidak faktual). Misalnya berita mengenai perseteruan Adi Bing Slamet dengan Eyang Subur.

i. Novelty, oddity, or the unusual. Ini adalah nilai yang menyangkut hal-hal baru, aneh, atau yang tidak lazim.

j. Human Interest. Yaitu lebih pada kepentingan manusiawi, biasanya berukuran menarik untuk semua orang. Misalnya kisah anak kecil yang merawat orang tuanya atau kisah perjuangan anak-anak melewati jurang atau jembatan berbahaya menuju sekolah.

k. Unique. Ini adalah nilai yang berlaku umum tentang hal yang unik.

l. Sex. Orang akan tertarik hal-hal yang berbau seks pada lawan jenisnya. Foto gadis seksi atau peristiwa perselingkuhan.

m. Crime. Peristiwa yang berbau kriminal memiliki magnet yang cukup besar bagi masyarakat. Seorang perempuan diperkosa di angkot oleh tujuh pemuda tentunya termasuk berita kriminal.

Dalam perkembangannya, jurnalistik foto juga tidak terlepas dari fungsinya sebagai penghias atau memperindah halaman surat kabar . foto juga dapat digunakan sebagai pemisah antar dua berita terhangat yang ditempatkan di halaman muka surat kabar. Dalam dunia foto jurnalistik, foto merupakan kebutuhan yang vital, sebab foto merupakan salah satu daya pematik bagi para pembacanya. Selain itu, foto merupakan pelengkap dari berita tulis. Penggabungan keduanya, kata-kata dan gambar, selain menjadi lebih teliti dan sesuai dengan kenyataan dari sebuah berita, juga seolah mengikutsertakan pembaca sebagai saksi dari peristiwa tersebut. Kelebihan dari sebuah foto sebagai medium komunikasi visual menjadikan lebih mudah dipahami dari tulisan yang membutuhkan tenaga dan pikiran. Seorang wartawan perang senior, Hendro Subroto, berujar ” foto jurnalistik harus bisa menceritakan kejadian sehingga tidak banyak komentar pun orang sudah tahu cerita fotonya foto itu dan yang terpenting dalam foto jurnalistik adalah momen”. (Darmawan, 2005, p. 30)

Fungsi fotografi jurnalistik adalah sebagai representasi dari berita tulisan. Fotografi tidak lagi hanya dianggap sebagai pelengkap, namun justru dapat menjadi berita utamanya dan tulisan yang melengkapi berita foto tersebut. Hali ini banyak dikembangkan oleh media cetak saat ini.umumnya media cetak mengkhususkan rubrik berita foto, rubrik ini memuat rangkainya foto-foto yang dijelaskan dengan tulisan yang panjang. Fotografi yang menjadi berita utama juga dapat dilihat pada tabloid-tabloid olah raga. Segmen pembaca yang jelas, memudahkan pengelola tabloid olahraga memkasimalkan fotografi sebagi kekuatab berita. (Sunardi, 2002, p. 135)

Bhartnez membagi fungsi foto dalam jurnalisme ke dalam lima fungsi, yaitu *to inform, to signify, to paint, to supraise dan to waken desire*. Sunardi menambahkan fungsi fotografi dalam berita, yaitu *to entertain*.

1. *To inform*

Fungsi foto dalam *to inform* yakni menyangkut kecenderungan media cetak terhadap kekuatan teks berita yang lebih kuat dalam sebuah foto. Foto menginformasikan apa yang tertangkap dalam gambar. Komposisi, simbol dan ikon yang terdapat dalam fotografi berfungsi menginformasikan sesuatu yang sejalan dengan teks berita, jadi foto menguatkan berita.

2. *To signify*

Fungsi foto sebagai *to signify*, berarti fotografi terhadap sesuatu menandakan tentang realitas yang terdapat dalam fotografi tersebut. Fungsi ini mempertegas fotografi sebagai representasi dari realitas yang ada.

3. *To paint*

Fungsi *to paint* menyangkut fotografi sebagai media untuk mengembangkan teks berita dari kemungkinan lemahnya kekuatan teks dalam hal ini berlaku apa yang dikatakan oleh Sontag, ia pernah merumuskan kekuatan fotografi yang menggugah analisis pembaca Sontag menulis, gambaranya saja seperti itu apalagi kenyataannya.

4. *To surprise*

Foto dapat mengagetkan pembaca dengan pesan yang ditampilkan misalnya, foto mengenai robohnya menara kembar WTC tahun 2001. Fotografi

mengagetkan pembaca dengan komposisi yang ditampilkan oleh fot, dalam hal ini teks hanya pelengkap saja.

5. *To waken desire*

Fotografi dapat menimbulkan gairah dan efek akibat melihatnya hal inipun dinilai Barthez fotografi lebih kuat dari teks berita. (Sunardi, 2002, pp. 144-147)

2.2.2.2.2 Etika Foto Jurnalistik

Louis A. Day dalam bukunya, *Ethics In Media Communications: Cases and Controversies*, mengharapkan setidaknya tiga hal mengenai etika, yaitu:

1. Kredibilitas

Kredibilitas dalam perspektif etika adalah poko dari awal hubungan kita dengan orang lain dan komunitas. Kepercayaan adalah komoditas yang rapuh. Dan kini di era persaingan yang keta, materialistis, dan serba terbuka, mempertahankan kepercayaan seperti melakukan hal yang membosankan. Namun, perjuangan kita mempertahankannya tidak boleh surut karena faktanya, kurangnya kepercayaan dapat merugikan reputasi jurnalis dan medianya.

2. Integritas

Integritas juga merupakan hal krusial dalam pendewasaan moral. Louis menguat tulisan Stephen Carter yang mendefinisikan integritas sebagai (1) melihat apa yang kita lihat; (2) beraksi atas apa yang kita lihat, bahkan dengan biaya sendiri, dan (3) terbuka atas pemahaman diri sendiri pada kebenaran dari kesalahan.

3. Kesopanan

Kesopanan atau *civility* mungkin dijabarkan sebagai prinsip pertama dari moralitas karena ini meliputi satu perilaku pengorbanan oleh diri sendiri dan penghormatan pada yang lainn. Ide-ide ini terefleksi pada semua agama di dunia. Bagi media, menempatkan kesopanan di tempat yang lebih tinggi mampu meningkatkan penghargaan dari publik karena hal itu merupakan kehormatan bagi pembaca. (Wijaya , 2014, p. 86)

Kenneth Kobre, di edisi kedua bukunya, melampirkan daftar waktu dan tempat jurnalis foto bisa memotret, berikut tabelnya:

WAKTU DAN LOKASI JURNALIS FOTO DIPERBOLEHKAN MEMOTRET				
	SETIAP SAAT	TANPA OBJEK	TERBATAS	JIKA ADA IJIN
AREA PUBLIK				
Jalan	X			
Trotoar	X			
Bandara	X			
Pantai	X			
Taman	X			
Kebun Binatang	X			
Stasiun Kereta	X			
SEKOLAH NEGARI				

Prasekolah	X			
Sekolah Dasar	X			
Sekolah Tinggi	X			
Universitas	X			
DI AREA PUBLIK DENGAN PEMBATASAN				
Kantor Polisi			X	
Gedung Pemerintahan			X	
Ruang Sidang				X
Penjara				X
Ruang Legislatif				X
FASILITAS KESEHATAN				
Rumah Sakit				X
Pusat Rehabilitasi				X
Mobil Ambulans				X
Rumah Sakit Jiwa				X
Kantor Dokter				X
Klinik				X
PRIVAT TAPI TERBUKA UNTUK UMUM				
Lobi Bioskop	X			
Kantor Bisnis	X			

Lobi Hotel	X			
Restoran	X			
Kasino				X
Museum			X	
AREA PRIVAT TERTUTUP UNTUK UMUM				
Jendela Rumah	X			
Teras	X			
Halaman Rumput	X			
PRIVAT				
Rumah		X		
Beranda		X		
Halaman		X		
Apartemen		X		
Kamar Hotel		X		
Mobil		X		

Tabel 2.6 Daftar waktu dan tempat jurnalis foto bisa memotret

Etika jurnalistik dapat disimpulkan sebagai standar aturan perilaku dan moral yang mengikat pada jurnalis dalam melaksanakan pekerjaannya. Upaya menjunjung tinggi etika penting untuk menjaga standar kualitas karya jurnalistik dan melindungi atau menghindarkan masyarakat dari kemungkinan dampak yang merugikan akibat tindakan jurnalis foto. (Wijaya , 2014, pp. 92-93)

2.2.2.3 Media Online

Media online merupakan media baru (new media) dengan cara penyampaian informasi yang berbeda dengan media konvensional, yakni media cetak dan media elektronik. Media online membutuhkan perangkat berbasis komputer dan koneksi internet untuk mencari dan menerima informasi. Internet dengan karakternya yang tidak terbatas, menjadikan pengguna internet bebas dalam bermedia. Penggunaan istilah media online sering diartikan sebagai situs berita atau praktik jurnalistik secara tertulis yang dipublikasikan melalui internet. Namun, menurut Ashadi Siregar, media online dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal berita, website (situs web), radio online, TV online, pers online, mail online dan lain sebagainya, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna atau konsumen memanfaatkannya. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa media online juga bisa digunakan sebagai medium untuk berkomunikasi dengan khalayak.

Media online memiliki beberapa karakteristik yang dapat dijadikan pembandingan dengan media konvensional, diantaranya sebagai berikut:

1. Kecepatan Informasi (*Immediacy*)

Jurnalisme yang menggunakan internet sebagai media, memiliki keunggulan dibanding media tradisional, yakni lebih cepat dalam pendistribusian informasi. Umumnya, masyarakat harus menunggu keesokan hari untuk mengetahui apa yang terjadi pada hari ini. Namun,

melalui media online, informasi dapat didistribusikan bersamaan dengan peristiwa atau isu yang terjadi waktu itu juga. Meskipun kini laporan mengenai sebuah peristiwa melalui media elektronik juga semakin cepat, aktualitas ini tidak akan bisa terjadi pada media cetak. Karena media online mudah diakses, maka penyampaian informasi cenderung singkat dan padat. Hal ini juga mendukung salah satu nilai berita, yaitu aktualitas

2. Pembaruan Informasi (*Updating*)

Karakteristik internet yang tidak terbatas dan dapat diakses kapan dan di mana saja, membuat media online dapat memperbarui informasi yang telah dipublikasikan sebelumnya dengan informasi yang lebih lengkap. Pembaruan informasi dan publikasi tidak memiliki batas waktu dan terus berlangsung selama masih relevan dengan informasi inti, berbeda dengan penayangan program televisi pada saat prime time dan *breaking news* yang ada pada media elektronik.

3. Timbal Balik (*Interactivity*)

Apabila dibandingkan dengan media cetak dan elektronik yang komunikasinya berjalan satu arah, media online memberikan keleluasaan kepada komunikan untuk memberikan umpan balik dengan waktu yang relatif singkat. Salah satu contoh media online yang memiliki tingkat interaktivitas yang tinggi yaitu *discussion group* atau forum. Para pengguna internet dari berbagai wilayah dapat menuliskan pemikirannya mengenai sebuah topik yang didiskusikan. Media online

seperti portal berita juga selalu menyediakan kolom di bagian bawah berita untuk komentar dari pembaca maupun keluhan untuk tim redaksi.

4. Personalisasi (*Audience Control*)

Pengguna media online memiliki *self control*, artinya komunikasi diberikan kebebasan untuk mengonsumsi informasi mana saja yang dianggap penting atau menarik. Hal ini berbeda dengan media cetak terutama media elektronik, dimana semua informasi dijejalkan secara langsung kepada masyarakat tanpa adanya kendali untuk memilih dan menyaring informasi. Dalam media *online*, pengguna dapat mencari informasi yang diinginkan melalui mesin pencari (*search engine*) yang selalu disediakan sebuah *website*. Sebab itu, banyak media online terutama portal berita memberikan kategori terhadap berita yang mereka tayangkan.

5. Kapasitas Tidak Terbatas (*Storage and Retrieval*)

Karakteristik unggulan media online adalah tidak ada batasan kapasitas untuk memproduksi dan mendistribusikan sebuah informasi. Media online umumnya memiliki *data bank* atau *data base* (pangkalan data) yang mampu menampung berbagai macam informasi dalam jumlah masif, sehingga audiens dapat mengakses informasi yang sudah lama sekalipun.

6. Pranala (*Hyperlink*)

Informasi yang dipublikasikan melalui media *online* dapat terhubung dengan informasi terkait lainnya baik dalam situs yang sama atau berbeda sekalipun. Seperti halnya suatu kutipan di dalam literatur.

7. *Multimedia Capability*

Media *online* memungkinkan bagi komunikator untuk menyertakan teks, suara, gambar, bahkan video dan komponen lainnya yang berbasis *multimedia* di dalam laman berita yang disajikan.

**ANALISIS IKONOGRAFI BANJIR BANDANG GARUT PADA
FOTO JURNALISTIK DI MEDIA ONLINE ANTARAFOTO.COM
EDISI 28 NOVEMBER 2021**

**(Analisis Ikonografi Foto Pasca Banjir Bandang Sungai
Citameng Garut di Media Online Antarafoto.com)**

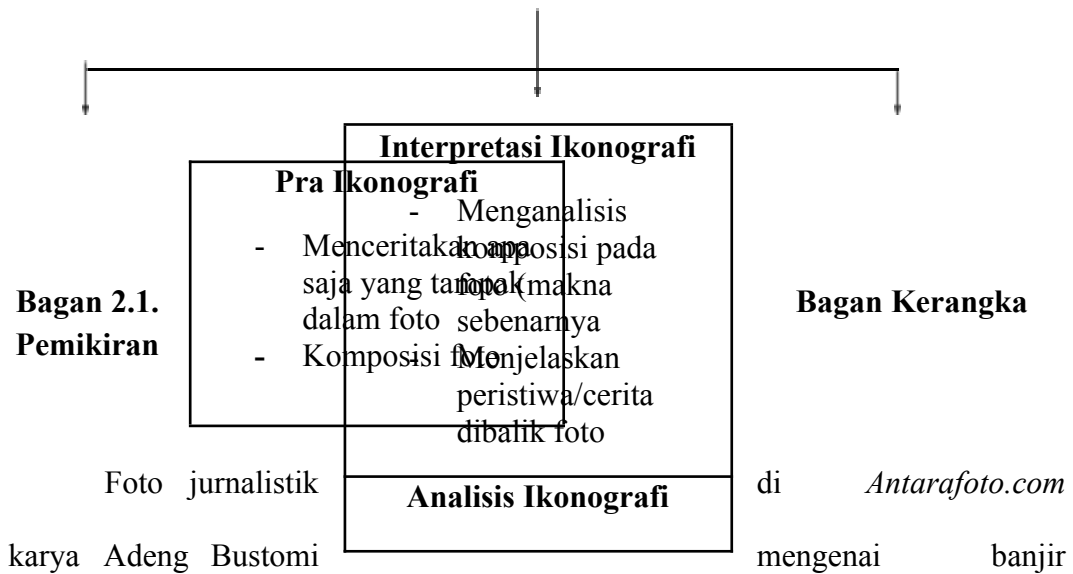


Foto jurnalistik karya Adeng Bustomi di *Antarafoto.com* mengenai banjir bandang Garut ini akan dianalisis menggunakan teknik analisis Ikonografi Erwin Panofsky. Studi Ikonografi mengambil fokus penulisan pada seputar tanda. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan tiga tahap Ikonografi Erwin Panofsky yaitu pertama adalah deskripsi pra-ikonografi (*pre-iconography description*), tahap kedua adalah analisis ikonografi (*iconography analysis*), dan terakhir adalah interpretasi ikonologis (*iconology interpretation*).