

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar belakang

Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang penting ketika berinteraksi kepada sesama manusia di kehidupan sehari-hari. Terutama komunikasi dalam lingkup masyarakat kecil atau keluarga. Menurut Brent D Ruben “Komunikasi adalah suatu proses dimana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi, dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungan dan orang lain.” (Didik Hariyanto, 2021 : 20).

Menurut Wilbur Schramm terjadinya proses komunikasi minimal harus memiliki tiga unsur komunikasi, diantaranya, komunikator, pesan dan komunikan. Harold D. Laswell mengatakan cara yang terbaik menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan berikut: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”

Dari paradigma Laswell memaparkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur untuk menjawab dari pertanyaan yang diajukan, yaitu:

1. Komunikator, yakni siapa yang mengatakan (*who says*);
2. Pesan, yakni menyatakan apa (*says what*);
3. Media, yakni dengan saluran apa (*which channel*);

4. Komunikan, yakni ditujukan kepada siapa (*to whom*);

5. Pengaruh, yakni pengaruh apa (*what effect*).

Jika mengacu kepada paradigma Laswell, dapat disimpulkan bahwa proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui sebuah saluran tertentu yang akan menimbulkan efek tertentu disebut komunikasi (RIZKY NADIA SAPUTRI, 2016 : 14).

Komunikasi terdiri dari dua bagian utama yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal adalah cara komunikasi yang biasanya disampaikan secara langsung baik melalui lisan atau tulisan, yang menggunakan kata-kata dalam bentuk percakapan atau tulisan. Ini merupakan jenis komunikasi yang paling umum terjadi di antara manusia. Melalui kata-kata, manusia dapat menyampaikan emosi, pemikiran, maksud atau gagasan mereka, serta fakta, informasi, dan data yang saling bertukar. Bahasa memainkan peran penting dalam komunikasi verbal karena mampu mengungkap makna denotatif. Media yang sering digunakan dalam komunikasi verbal adalah bahasa karena mampu mengubah pikiran manusia menjadi kata-kata yang dapat dipahami oleh orang lain (Tri Indah Kusuma Wati, 2016 : 16).

Sedangkan komunikasi nonverbal adalah jenis komunikasi yang mengirimkan pesan melalui tindakan dan gerakan tubuh, tanpa menggunakan kata-kata. Dalam prakteknya, manusia lebih sering menggunakan komunikasi nonverbal daripada komunikasi verbal. Setiap saat kita berkomunikasi, kita secara tidak sadar atau sadar menggunakan komunikasi nonverbal. Oleh karena itu, komunikasi

nonverbal selalu hadir dalam setiap komunikasi manusia. Nonverbal dapat didefinisikan sebagai tindakan yang disengaja atau tidak disengaja yang dikirimkan dan diinterpretasikan sebagai tujuan dan memberikan peluang untuk mendapat umpan balik dari penerima (Tri Indah Kusuma Wati, 2016 : 84).

Menurut Frank P. Hoy dalam buku "*Photojournalism the Visual Approach*", foto jurnalistik adalah salah satu cara komunikasi yang digunakan oleh pengambil gambar atau wartawan untuk mengekspresikan pandangan mereka tentang subjek foto, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi (Nawiroh Vera, 2015 : 59).

Foto jurnalistik memiliki nilai yang sama dengan sebuah berita (tulisan). Foto jurnalistik harus memenuhi kriteria yang mengungkap dan melaporkan beberapa aspek dari suatu peristiwa dengan menggunakan rumus  $5W+1H$  untuk mewakili ribuan kata atau kalimat (Nawiroh Vera, 2015 : 59).

Dalam banyak kasus, foto jurnalistik dapat menimbulkan banyak interpretasi yang dapat menunjukkan sudut pandang fotografer. Agar foto jurnalistik dapat menjadi alat komunikasi yang efektif, seorang fotografer jurnalistik harus memahami nilai-nilai suatu foto sebagai berikut:

1. Aktualitas. Semakin baru foto tersebut diambil dari sebuah peristiwa, akan semakin besar nilai ketertarikan yang ada pada foto tersebut.
2. Hubungan yang Dekat. Semakin dekat foto tersebut dari suatu kejadian dengan pembaca, semakin mudah menarik perhatian pembaca.

3. Luar Biasa. Kejadian yang luar biasa atau menggejutkan dapat membuat berita yang sedang hangat dibicarakan dicari oleh pembaca.

4. Prominasi. Foto-foto kegiatan atau perilaku mengenai tokoh terkenal atau orang penting selalu menarik perhatian pembaca.

5. Penting. Pentingnya foto bisa dilihat dari seberapa berpengaruhnya foto tersebut terhadap minat pembaca. Semakin sedikit pembaca yang tertarik, maka akan semakin tidak ada nilai foto tersebut untuk dimuat.

6. Human interest. Foto-foto yang berisi aktivitas atau kegiatan-kegiatan manusia secara langsung akan membuat pembaca tertarik akan cuplikan kehidupan nyata (Nawiroh Vera, 2015 : 59).

Secara etimologis, semiotika berasal dari kata Yunani "*Semeion*" yang berarti tanda. Tanda didefinisikan sebagai sesuatu yang berdasarkan konvensi sosial yang telah dibangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Tanda pertama kali dimaknai sebagai sesuatu yang merujuk pada adanya sesuatu yang lain (Indiwan Seto Wahyu Wibowo, 2013 : 7).

Semiotika, sebagai model ilmu pengetahuan sosial, memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut "tanda". Oleh karena itu, semiotika mempelajari hakikat tentang keberadaan tanda. Umberto Eco menafsirkan tanda sebagai "kebohongan" dan bahwa dalam tanda terdapat sesuatu yang tersembunyi di baliknya dan bukan merupakan tanda itu sendiri (Indiwan Seto Wahyu Wibowo, 2013 : 9).

Sementara itu, Charles Sanders Peirce memiliki gagasan yang menyeluruh tentang deskripsi struktural dari semua sistem penandaan. Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan semua komponennya dalam struktur tunggal. Menurutnya, sebuah tanda atau representamen memiliki relasi "triadik" langsung dengan interpretan dan objeknya. Klasifikasi yang dilakukan oleh Peirce terhadap tanda memiliki ciri khas meskipun tidak bisa dikatakan sederhana. Peirce membedakan tipe-tipe tanda menjadi ikon, indeks, dan simbol, yang didasarkan pada relasi antara tanda dan objeknya (Indiwan Seto Wahyu Wibowo, 2013 : 18).

Tentunya jika membahas komunikasi tidak terlepas dengan berbagai macam media komunikasi itu sendiri. Media komunikasi merupakan sarana yang penting untuk menunjang keberlangsungan komunikasi. Sejak jaman dahulu ada berbagai macam media komunikasi yang mulai dari indera komunikasi tradisional, hingga alat komunikasi modern (Fisipol, 2022 : 1).

Menurut Agus Triyono, jurnalistik adalah "bidang kajian" pembuatan dan penyebaran informasi (opini, peristiwa, ide, pemikiran) melalui media massa. Jurnalistik adalah ilmu terapan yang dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta dinamika masyarakat itu sendiri (Agus Triyono, 2021 : 18).

Dengan jaman yang terus berkembang, media konvensional mulai menggunakan media online sebagai ranah baru yang menjanjikan. Dengan konsep jurnalisme yang berbeda dari media konvensional, media online membawa

perubahan dalam dunia jurnalistik dan pemberitaan. Namun, media online memiliki idealisme dalam menyusun framing atas suatu isu yang sedang terjadi dalam masyarakat publik (Agus Triyono, 2021 : 19).

Saat ini, media online lebih diminati oleh masyarakat daripada media konvensional. Perusahaan Informasi dan Pengukuran Global Nielsen melakukan riset yang menunjukkan bahwa di Indonesia, pembaca media online digital saat ini lebih banyak daripada pembaca media cetak. Data survei menunjukkan bahwa jumlah pembaca media online mencapai hingga 6 juta orang, jauh lebih banyak daripada pembaca media cetak yang hanya sebanyak 4,5 juta orang. Disebutkan bahwa media cetak hanya menjadi pilihan kelima bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan penetrasi sebesar 8 persen (Iwan Supriyatna, 2020 :1).

Media online tidak hanya memindahkan tulisan pada media cetak ke layar datar, tetapi juga menggabungkan media cetak, suara, gambar, dan video. Mark Deuze mengatakan bahwa perkembangan jurnalisme berkembang bersamaan dengan kemajuan multimedia menjadi inti jurnalisme online. Menurutnya, multimedia adalah cara untuk memberitakan informasi melalui berbagai format seperti audio, teks, musik, foto, hingga animasi (Agus Triyono, 2021 : 19).

Kompas Gramedia sebagai salah satu media besar yang berada di Indonesia yang didirikan oleh Jakob Oetama dan P.K. Ojong pada tanggal 17 Agustus 1963 diawali oleh media konvensional berupa majalah Intisari (Yudi Wahyono, 2020 : 1). Kompas Gramedia merupakan pelopor media online di Indonesia dengan nama

Kompas Online pada tanggal 14 September 1995. Kompas Online pada saat itu dapat diakses dengan alamat web [kompas.co.id](http://kompas.co.id) dan hanya menunjukkan berita-berita harian Kompas yang terbit setiap harinya. Baru pada tahun 1996 Kompas Online mulai membuat konten mereka sendiri. Pada 29 Mei 2008 Kompas melakukan rebranding dari Kompas Online menjadi Kompas.com hingga saat ini (Kompas, 2019 : 1). Pada Kompas.com terdapat beberapa rubrik berita tertulis, video, hingga rubrik berisi foto berita yang didalamnya adalah kumpulan foto jurnalistik tanpa adanya berita tertulis.

Mulai Sabtu (3/9/2022) pukul 14.30 WIB, harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertalite, Solar, dan Pertamina akan naik secara resmi. Pengumuman terkait kenaikan harga BBM ini disampaikan langsung oleh Presiden Joko Widodo dalam jumpa pers di Istana Merdeka. Telah beberapa waktu terakhir muncul wacana tentang kenaikan harga BBM bersubsidi. Hal ini terjadi setelah nilai subsidi energi mengalami peningkatan hingga Rp 502 triliun. Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati, anggaran subsidi dan kompensasi energi akan terus membengkak sebesar Rp 198 triliun jika tidak ada kenaikan harga BBM Pertalite dan Solar. Anggaran subsidi dan kompensasi energi untuk tahun 2022 telah ditetapkan sebesar Rp 502,4 triliun, yang merupakan peningkatan sebesar Rp 349,9 triliun dari anggaran awal sebesar Rp 152,1 triliun untuk menahan kenaikan harga energi bagi masyarakat. Anggaran subsidi dan kompensasi energi diperkirakan akan terus mengalami peningkatan hingga akhir tahun akibat kenaikan harga minyak mentah dan pelemahan kurs rupiah (Ardito Ramadhan, 2022 : 1). Kenaikan harga BBM memicu protes dari berbagai lapisan masyarakat, mulai dari buruh,

pedagang, hingga mahasiswa mengajukan protes kepada pemerintah berupa demo besar-besaran di seluruh wilayah Indonesia.



Gambar 1.1 Demo Kenaikan BBM  
Sumber: Kompas.com

Demonstrasi dapat diartikan sebagai salah satu cara untuk menyampaikan pendapat, dukungan, atau kritik, yaitu tindakan untuk menyatakan penolakan, kritik, ketidakberpihakan, saran, dan ketidaksetujuan melalui berbagai cara dan media dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan baik secara lisan maupun tertulis sebagai suara bersama tanpa dipengaruhi oleh kepentingan pribadi atau golongan yang menyesatkan demi mewujudkan demokrasi yang bertujuan pada keadilan dan kedaulatan. (Muchammad Zulfikar, 2017 : 23).

Tentunya Kompas.com sebagai salah satu pelopor media online dan media yang berada pada urutan ke 2 sebagai media online yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia pada tahun 2022 menurut Reuter Institute, (Reza Pahlevi,



2022 : 1) juga memberitakan informasi berlangsungnya demo yang terjadi. Kompas.com melalui rubrik Foto memuat BERITA FOTO: Tolak Kenaikan BBM, Massa Berusaha Terobos Barikade Kawat Berduri, menghadirkan beberapa foto jurnalistik peristiwa demo tersebut. Tentunya karena caption pada rubrik foto berita yang terkhusus foto demo Tolak Kenaikan BBM, Massa Berusaha Terobos Barikade Kawat Berduri tidak menjelaskan apa makna sebenarnya yang terkandung dalam foto tersebut, maka sangat menarik jika foto tersebut dianalisis menggunakan kajian semiotika menurut Charles Sander Peirce untuk mengungkap makna yang sebenarnya dari foto tersebut.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah pokok penelitian adalah sebagai berikut: Bagaimana makna foto jurnalistik pada media Online Kompas.com edisi BERITA FOTO: Tolak Kenaikan BBM, Massa Berusaha Terobos Barikade Kawat Berduri.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna Foto Jurnalistik Pada Media Online Kompas.com edisi BERITA FOTO: Tolak Kenaikan BBM, Massa Berusaha Terobos Barikade Kawat Berduri.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1. Secara Teoritis

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai informasi ilmiah bagi ilmu fotografi khususnya dalam bidang

foto jurnalistik dan ilmu komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi calon peneliti yang akan meneliti topik serupa.

#### 1.4.2. Secara praktis

1. Secara praktis, Penelitian ini diharapkan dapat menerapkan teori semiotika kepada media-media konvensional maupun online khususnya pada foto jurnalistik secara benar,

