

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Media Massa

Pada konteks politik modern, media massa juga memiliki peranan yang penting dan tidak hanya menjadi bagian yang integral dari politik itu sendiri. Pada penyebaran rancangan kebijakan rakyat harus mengetahui dan ikut mendiskusikan dalam berbagai bentuk forum diskusi publik. Berbagai tuntutan masyarakat harus diartikulasikan. Untuk menyampaikannya semua perlu saluran atau media. Media massa adalah saluran komunikasi politik yang sering digunakan untuk berbagai kepentingan karena sifat media massa dapat mengangkut pesan-pesan (informasi dan citra) secara massif dan menjangkau khalayak atau publik yang jauh, beragam, dan terpencar luas (Pawito, 2015, hal. 91).

#### 2.2 Media Online

Definisi dari media *online* (*online media*) atau sering disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet (Romli, 2012, hal. 34).

Menurut Chun (2006) *New media* adalah penyerderhanaan istilah (simplifikasi) bentuk media di luar lima media massa konvensional: televisi, radio, Koran, majalah, dan film. Sifat *new media* adalah cair (*fluids*),

konektivitas individual, serta sebagai saluran untuk membagi peran kontrol dan kebebasan (Romli, 2012, p. 35).

Secara teknis atau “fisik”, media *online* merupakan media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (computer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, website atau situs web, termasuk blog dan media sosial seperti Facebook dan Twitter, radio *online*, TV *online*, dan e-mail (Romli, 2012, p. 35).

Romli (2018) juga menyebutkan karakteristik Media Online

Karakteristik dan juga keunggulan media online dibandingkan dengan “media konvensional” (cetak maupun elektronik) antara lain:

- Multimedia: dapat memuat dan menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, video, audio, grafis, serta gambar secara bersamaan didalam satu tampilan.
- Aktualitas: berisi info aktual dikarenakan kecepatan serta kemudahan penyajian berita/informasi.
- Cepat: ketika diunggah atau diposting, sajian berita bisa langsung diakses semua orang.
- Update: pembaruan (*updating*) informasi bisa dilakukan dengan cepat, mulai dari segi konten maupun redaksional, semisal ketika ada kesalahan pengetikan/ejaan.
- Kapasitas luas: halaman *web* dapat menampung naskah yang panjang.

- Fleksibilitas: naskah bisa dimuat dan juga diedit kapan saja dan dimana saja, begitu juga dengan jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja.
- Luas: dapat menjangkau seluruh dunia asalkan memiliki akses internet.
- Interaktif: adanya fasilitas kolom komentar dan juga ruang percakapan, pembaca dapat berinteraksi.
- Terdokumentasi: seluruh informasi tersimpan di arsip “bank data” dan bisa ditemukan melalui *link*.
- Hyperlinked: dapat terhubung dengan sumber lain yang saling berkait.

Kekurangan atau kelemahan media online diantaranya:

- Ketergantungan terhadap perangkat komputer serta koneksi internet.
- “sembarang orang” bisa memiliki dan mengoperasikan media online, dengan cara isi berupa “copy-paste” dari situs lain.
- Saat membaca informasi melalui media online, mata cenderung “mudah lelah”, terlebih yang bernaskah panjang.
- Sering terabaikannya akurasi karena hanya mengutamakan kecepatan penyebaran, keakuratan media online sering diragukan dan biasanya tidak seakurat media konvensional, utamanya dalam hal penulisan kata (Romli, 2012, pp. 37-38).

### 2.3 Fotografi

Kata Fotografi berasal dari bahasa Inggris yaitu “Photographic”. Kata Photographic terdiri atas dua kata “Photo” dan “Graphic”. Photo yang berarti

foto atau potret sedangkan kata graphic yang memiliki arti tulisan dengan atau tentang gambar (Sudarma, 2014, p. 3)

#### 2.4 Foto Jurnalistik

Menurut guru besar universitas Missouri AS, Cliff Edom definisi foto jurnalistik adalah paduan kata (*words*) dan *pictures*. Selanjutnya Wilson Hicks seorang editor foto mendefinisikan foto jurnalistik sebagai perpaduan dari gambar dan kata yang dapat menghasilkan satu kesatuan antara kesamaan latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya. (Alwi, 2004)

Selanjutnya menurut Frank P. Hoy menyebutkan ada delapan karakter foto jurnalistik.

1. Foto jurnaslitik adalah komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dapat dilakukan akan mengespresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subyek tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi fotografer.
2. Medium foto jurnalistik adalah media cetak koran atau majalah dan media kabel atau satelit juga internet seperti kantor berita.
3. Kegiatan jurnalistik adala kegiatan melaporkan berita.
4. Foto jurnalistik adalah perpadauan foto dan teks foto
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia,. Manusia sebagi subyek sekaligus pembacanya.

6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audien*). Pesan berita foto harus singkat dan segera di terima orang dengan latar belakang yang beraneka ragam.
7. Foto jurnalistik merupakan hasil kerja editor foto.
8. Tujuan foto jurnaslitik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandeman kebebasan berbicara dan kebebasan pers. Dikutip dari (Alwi, 2004)

Sedangkan menurut Wijaya (2011:10) definisi foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu, serta informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin. Definisi ini menjelaskan bahwa dalam foto jurnalistik memiliki pesan tertentu yang terdapat dalam foto tersebut sehingga layak untuk disiarkan kepada masyarakat. Dikutip dari (Gani & Kusumalestari, 2013, p. 47)

Secara umum, foto jurnalistik merupakan gambar hasil dari proses fotografi sebagai alat menyampaikan suatu pesan, informasi, cerita suatu peristiwa yang menarik bagi publik serta disebarluaskan lewat media massa (Gani & Kusumalestari, 2013, p. 47).

Definisi lain dari foto jurnalistik adalah foto yang bercerita tentang fakta, kenyataan atau hal-hal yang terjadi secara alami, bukan rekayasa. Oleh karena itu, olah digital dalam sebuah foto jurnalistik harus dibatasi. Jurnalistik foto tidak mengatur subjek untuk melakukan pose tertentu dan tidak mengatur keadaan di tempat pemotretan (Gani & Kusumalestari, 2013, p. 174).

## **Jenis-jenis Foto Jurnalistik**

Melalui kategori yang dibuat Badan Fotojurnalistik Dunia (World Press Photo Foundation) pada lomba foto tahunan yang diselenggarakan bagi wartawan seluruh dunia menyebutkan jenis-jenis foto jurnalistik. Kategori itu adalah sebagai berikut:

### **1. *Spot Photo***

Foto spot adalah foto yang dipotret dari peristiwa/kejadian yang tidak terjadwal atau tak terduga yang diambil oleh si fotografer langsung di lokasi kejadian. Misalnya, foto peristiwa kecelakaan, perkelahian, kebakaran, dan perang. Karena dibuat dari peristiwa yang jarang terjadi serta menampilkan konflik dan ketegangan, jadi foto spot harus segera disiarkan agar kejadian cepat diketahui publik. Dalam penempatan, keberuntungan fotografer dalam hal posisi, serta keberanian saat membuat foto sangatlah dibutuhkan. Dapat memperlihatkan sebuah emosi subjek yang difoto, maka emosi pembaca juga ikut terpancing.

### **2. *General New Photo***

Merupakan foto-foto peristiwa yang sudah terjadwal, rutin, dan biasa. Beragam tema, yaitu politik, ekonomi, dan humor. Contoh, foto Presiden menganugerahkan Bintang Mahaputra, menteri membuka pameran, badut dalam pertunjukan, dan lain-lain.

### **3. *People in the News Photo***

Adalah foto terhadap orang atau masyarakat pada suatu berita yang menampilkan suatu pribadi atau sosok orang yang menjadi berita itu

contoh halnya bisa humorisnya, nasib, dan sebagainya. Misalnya pada foto Ali Abbas, yang merupakan anak korban bom pada perang Irak, atau foto kebotakan pada kepala mantan Presiden AS Ronald Reagan setelah menjalani operasi di kepalanya, foto Juned korban kecelakaan peristiwa tabrakan kereta api di Bintaro, dan sebagainya. Tokoh-tokoh pada foto *people in the news* bisa tokoh populer atau bisa tidak, tetapi kemudian menjadi populer setelah foto itu dipublikasikan.

#### **4. Daily Life Photo**

Adalah foto keseharian manusia yang dipandang dari segi kemanusiawianannya (*human interest*). Misalnya, foto tentang pedagang gitar.

#### **5. Portrait**

Adalah foto yang menampilkan wajah seseorang secara close up dan “mejeng”. Ditampilkan karena memiliki kekhasan tertentu.

#### **6. Sport Photo**

merupakan foto seputar peristiwa olahraga. Karena olahraga berlangsung pada jarak tertentu antara atlet dengan penonton dan fotografer, dalam pembuatan foto olahraga membutuhkan perlengkapan yang memadai karena harus menangkap gerakan dan ekspresi atlet dan hal lain yang menyangkut olahraga yang ditampilkan dalam foto . Perlengkapannya antara lain lensa yang panjang serta kamera yang menggunakan *motor drive*. Contoh, foto petenis wanita, Venus Williams, mengembalikan bola kepada adiknya, Serena Williams.

### 7. *Science and Technology Photo*

Merupakan foto yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Misalnya, foto penemuan *mikrochip* computer baru, foto proses pengkloningan domba, dan sebagainya. Perlengkapan khusus dibutuhkan saat pemotretan foto tertentu, misalnya lensa mikro atau film *x-ray*, misalnya untuk pemotretan organ di dalam tubuh.

### 8. *Art and Culture Photo*

Adalah foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya. Misalnya, pertunjukan Iwan fals di panggung, kegiatan artis di belakang panggung, dan sebagainya.

### 9. *Social and environment*

Adalah foto-foto tentang kehidupan sosial masyarakat seerta lingkungan hidupnya. Contoh, foto penduduk di sekitar Kali Manggarai yang sedang mencuci piring, foto asap buangan kendaraan di jalan, dan sebagainya (Alwi, 2004, pp. 7-9).

## 2.5 Foto Berita

Secara sederhana, foto berita adalah foto yang memberitakan sesuatu yang memiliki unsur 5W 1H (Gani & Kusumalestari, 2013, p. 92).

Sedangkan menurut Soelarko sebagai media komunikasi, foto berita merupakan perantara atau penghubung yang memiliki tujuan menimbulkan efek kesan pada pengamatnya, tanpa mempersoalkan apakah kesan itu positif atau negatif (penolakan, menentang). Untuk mengetahui besar kecilnya kesan

yang ditimbulkan oleh foto berita merupakan ukuran keberhasilan sebuah foto berita, terutama untuk melihat bagaimana efek yang ditimbulkan dari foto tersebut. Dikutip dari (Gani & Kusumalestari, 2013, p. 92).

## 2.6 Pengertian Wartawan atau Jurnalis

Wartawan atau jurnalis adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik. Tidak ada kesepakatan tentang bagaimana profil yang pasti dan ideal untuk seorang jurnalis. Kecuali selama ini berdasarkan penilaian narasumber dan juga para pimpinan di lingkungan kerja jurnalistik. Namun demikian, memiliki pergaulan yang luas merupakan satu dari beberapa kriteria umum yang sering kali menjadi kunci keberhasilan sebagai calon jurnalis dan juga jurnalis profesional dalam memperoleh pekerjaan dan karir yang sukses (Musman & Mulyadi, 2017, p. 7).

## 2.7 Pewarta Foto (*Photojournalist*)

Menurut Rich Clarkson dari majalah National Geographic menyebutkan bahwa untuk menjadi wartawan foto bukanlah sekedar menyenangkan foto yang dibuat tetapi bagaimana mengkomunikasikannya kepada orang lain. Dikutip dari (Alwi, 2004, p. 10).

Sedangkan menurut Frank P. Hoy untuk menjadi pewarta foto yang baik adalah dengan belajar membuat foto dengan teknik bagus dengan kesenangan dan kewajaran sebagai pemotret *snapshot* (*snapshotter*). Pengalaman pertama menjadi *snapshotter* bisa dilakukan dengan membuat foto *snapshot* bersama teman-teman atau keluarga/saudara. Dikutip dari (Alwi, 2004, p. 10).

## 2.8 Metode EDFAT

Metode EDFAT diperkenalkan oleh *Walter Cronkie School of Journalism and Telecommunication Arizona State University* yang merupakan singkatan dari *Entire, Detail, Frame, Angle, dan Time*. Penggunaan EDFAT bertujuan menggambarkan aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan pemotretan untuk memperoleh foto-foto yang komprehensif, variatif, baik dari segi fotografis maupun dari segi pemaparan kejadian atau peristiwa (Irwandi, 2017, p. 30).

Shobri (2010) dan Edy Hasby (wartawan senior Harian Kompas) menguraikan lima aspek EDFAT antara-lain:

a. ***Entire (E)***

Dikenal juga sebagai “*established shot*”, suatu keseluruhan pemotretan yang dilakukan ketika melihat suatu peristiwa atau bentuk penugasan lain. Guna mengincar atau mengintai serta memilih bagian-bagian sebagai obyek.

b. ***Detail (D)***

Pemilihan bagian tertentu dari keseluruhan pandangan terdahulu (*entire*). Pengambilan keputusan atas sesuatu yang dinilai paling tepat sebagai “*point of interest*” terdapat pada tahapan ini.

c. ***Frame (F)***

Setelah memilih dan menentukan detail, tahapan selanjutnya adalah kita mulai membingkai detail itu. Fase ini mengantar seorang calon foto

jurnalis mengenal arti suatu komposisi, pola, tekstur dan bentuk subyek pemotretan dengan akurat. Rasa artistik semakin penting dalam tahap ini.

d. **Angle (A)**

Tahap ketika sudut pandang menjadi dominan, ketinggian, kerendahan, level mata, kiri, kanan dan cara melihat. Fase ini penting mengkonsepsikan visual apa yang diinginkan.

e. **Time (T)**

Tahap penentuan penyinaran dengan kombinasi yang tepat antara diafragma dan kecepatan atas keempat tingkat yang telah disebutkan sebelumnya. Pengetahuan teknis atas keinginan membekukan gerakan atau memilih ketajaman ruang adalah satu prasyarat dasar yang sangat diperlukan (Irwandi, 2017, p. 32).

## **2.9 Ekonomi Politik Media**

Vincent Mosco (2009) membuat batasan dengan menyebutkan bahwa ekonomi politik merupakan hubungan sosial, khususnya terkait kekuasaan, yang berhubungan dengan masalah produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya yang ada (Halim, 2013, p. 37).

## **2.10 Komodifikasi**

Menurut Subandy (2013) Komodifikasi merupakan suatu proses perubahan barang dan jasa yang semula dinilai semata-mata hanya karena kegunaannya menjadi komoditas yang dinilai karena laku di pasar sehingga dapat menghasilkan keuntungan. Dikutip dari (Halim, 2013, p. 8).

Sedangkan secara sederhana, Komodifikasi menurut Mosco adalah proses mentransformasikan nilai pakai menjadi nilai tukar (Mosco, 2009, p. 129). Selanjutnya Mosco menyebutkan terdapat tiga tipe komodifikasi yang penting bagi komunikasi diantaranya adalah: komodifikasi isi, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi tenaga kerja.

Pertama, “komodifikasi isi” dalam kajian ekonomi politik media dan komunikasi, tipe komodifikasi ini menjadi pusat perhatian untuk di kaji. Ketika pesan atau isi komunikasi diperlakukan sebagai komoditas, dalam produksi media ekonomi politik cenderung memusatkan kajian pada konten media dan kurang pada khalayak media dan tenaga kerja yang terlibat didalamnya. Apabila dilihat dari kepentingan perusahaan media dan pertumbuhan nilai konten dalam media, bisa dipahami adanya tekanan pada struktur dan konten media.

Kedua, “komodifikasi khalayak”. Selain pada isi, khalayak juga terdapat penerapan komodifikasi didalamnya. Ekonomi politik menempatkan sebagian perhatiannya pada khalayak, terutama dalam upaya untuk memahami praktik umum dengan cara para pengiklan membayar untuk ukuran dan kualitas (kecenderungan untuk konsumsi) khalayak yang dapat diraih majalah, surat kabar, radio, program acara televisi, ataupun website.

Ketiga, “komodifikasi tenaga kerja”. Selanjutnya pengkajian proses komodifikasi isi dan khalayak media, penting untuk mempertimbangkan komodifikasi tenaga kerja media. Pertumbuhan secara signifikan terjadi pada

tenaga kerja komunikasi yang juga dikomodifikasikan sebagai buruh upahan dalam pasar kerja media. Dikutip dari (Ibrahim & Akhmad, 2014, pp. 20-21).

### **2.11 Komodifikasi Dunia Kehidupan**

Kapitalisme global dapat membuat panggung kehidupan dengan cara memoles dunia kedalam bentuk kapitalis, dimana segala sesuatu yang ada di dunia ini dijadikan tak lebih dari komoditas. Di dalam masyarakat kapitalis global, komodifikasi serta eksploitasi segala sumber daya dan konsumsi produk-produknya bahkan mencapai titik puncaknya. Saat semua hal diubah menjadi komoditas, ia menjadi tak lebih dari seongkok benda atau barang dagangan, bukan hanya cinta, tidak juga kesetiaan, tidak keperawanan, tidak nilai, semua aspek kehidupan terserap ke dalam fetish, memuja kepada benda-benda, sehingga memungkinkan berkembangnya ideologi materialisme dalam dunia kehidupan (Ibrahim & Akhmad, 2014, p. 44).

## 2.12 Kerangka Pikir

