

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan proses pengiriman pesan dari individu yang satu ke individu yang lain, dari individu ke suatu kelompok baik itu kelompok lingkup besar maupun lingkup kecil atau dapat didefinisikan sebagai aktivitas manusia untuk saling memahami pesan yang disampaikan komunikator ke komunikan (Oktarina & Abdullah, 2017, p. 1).

Menurut Mondry (2008) mendefinisikan komunikasi dari kata *common* dapat diartikan sama jadi komunikasi dapat dijelaskan bahwa proses menyatukan pendapat, ide serta rasa antara penyampai pesan dan pengirim pesan (Oktarina & Abdullah, 2017, pp. 1-2).

Sedangkan dilihat secara etimologis, komunikasi dari kata *communis* atau *communicatio* yang dapat diartikan kesamaan makna. Jadi komunikasi dapat dikatakan sebagai proses dari orang-orang yang memiliki kesamaan makna. Komunikasi dilihat dari terminologis diartikan proses berbagi pesan melalui aktivitas penyampaian dan penerimaan pesan melalui perkataan dan tulisan (verbal), atau melalui gerakan tubuh, mata, serta wajah (*non verbal*). Jadi khalayak yang sebagai pengirim dan penerima mendapatkan makna sama (Kusumadinata, 2015, p. 1).

Menurut Berlo (1960) komunikasi yang dilakukan oleh setiap orang pasti memiliki tujuan. Adapun tujuan berkomunikasi yaitu: pertama bersifat informatif artinya mengutarakan ide, gagasan dengan pendekatan pikiran, kedua hiburan artinya bertujuan menghibur seseorang dengan peragaan-peragaan tertentu, dan ketiga komunikasi sebagai persuasif artinya pendekatan yang menggugah perasaan orang melalui pendekatan emosional (Kusumadinata, 2015, p. 1).

2.1.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi melalui media massa, dengan menggunakan internet. Komunikasi massa menggunakan media dalam menyampaikan gagasan, informasi kepada masyarakat (Hikmat, 2018, p. 21). Komunikasi massa berlangsung dalam konteks sosial tertentu. Media massa dipandang membawa dampak tertentu ke masyarakat, seperti membawa ide-ide baru, mengajarkan keterampilan, begitu sebaliknya masyarakat dapat membawa dampak bagi media. Hal tersebut berdampak terjadinya hubungan timbal balik saling mempengaruhi antara masyarakat dan media massa (Halik, 2013, p. 5).

Sementara itu menurut Maletzke, menjelaskan bahwa komunikasi massa merupakan menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media secara tidak langsung dan satu arah pada khalyak luas. Sifat keterbukaan pesan dari media massa memungkinkan dapat dijangkau masyarakat yang bermacam – macam latar belakang. Dibutuhkan alat-alat teknis yang memungkinkan lembaga media massa dapat memenuhi

kebutuhan khalayaknya dengan efektif dan cepat untuk memproduksi pesan - pesan komunikasi massa. Komunikasi massa berbeda dengan sistem komunikasi yang lainnya, dimana pesan-pesan media massa diolah serta disusun oleh lembaga media sebelum sampai ke masyarakat (Halik, 2013, pp. 6-7).

2.1.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki berbagai karakteristik yaitu sebagai berikut:

1. Komunikator pada komunikasi massa terlembagakan. Komunikatornya bukan perorangan, namun bergerak di sebuah organisasi. Aktivitas komunikasi lebih terjadwal dan terencana.
2. Pesan dalam komunikasi massa bersifat terbuka. Artinya pesan komunikasi massa ditujukan untuk semua khalayak. Melibatkan orang banyak dan terorganisasi dengan profesional dan rapi dalam produksi dan reproduksi pesan.
3. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen dan Anonim. Heterogen merujuk pada keberagaman masyarakat, sedangkan Anonim tidak saling mengenal antara pengirim dan penerima.
4. Media massa memunculkan keserempakan. Pesan dari media massa dapat dikonsumsi masyarakat secara serentak.

5. Penyampaian pesan pada komunikasi massa bersifat cepat tidak terbatas waktu.
6. Pada komunikasi massa lebih memprioritaskan isi (apa yang dikatakan) dibandingkan hubungan (cara mengatakan).
7. Stimulasi alat indera pada komunikasi massa terbatas. Stimulasi alat indera tergantung jenis media. Indera pendengaran digunakan untuk mendengar radio, indera penglihatan digunakan untuk media cetak, dan kedua alat indera digunakan jika menikmati tayangan televisi.
8. Umpan balik pada komunikasi massa bersifat tidak langsung. Pengirim pesan (komunikator) tidak dapat segera mengetahui reaksi *audiens* terhadap pesan yang disampaikan (Halik, 2013, pp. 10-11).

2.1.4 New Media

Media baru atau dikenal dengan istilah *new media* adalah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi digital yang terhubung dengan komputer dan jaringan. Adapun contoh dari media baru adalah internet. Film dan jenis media cetak tidak termasuk dalam media baru. Media baru pada intinya ialah sesuatu hal yang baru dan muncul di abad ke-20. *New media* menitikberatkan pada hubungan erat antara media dan pengguna dan memiliki peran penting dalam menghadirkan media baru, sebab media baru tercipta dari kebutuhan pengguna untuk saling berhubungan dengan media sebagai perantara. Diibaratkan seperti sebuah pernapasan media sebagai darah (perantara), manusia sebagai oksigen

(pengguna), jadi satu sama lain saling berhubungan dan memiliki peranan penting. Contoh dari media baru yaitu jejaring sosial yang memiliki pengaruh besar dalam perkembangan teknologi informasi (Fachruddin, 2019, p. 38).

2.1.5 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online dimana setaiap orang dapat berbagi, berperan serta membuat isi (*content*) yang meliputi wiki forum, jejaring sosial, serta virtual. Jejaring sosial adalah salah satu bentuk media sosial yang sering digunakan oleh khalayak. Menurut Kaplan dan Michael Haenlein menjelaskan bahwa media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun berdasarkan teknologi dan ideologi, serta memungkinkan pertukaran dan penciptaan *user-generated content* (Hikmat, 2018, p. 40).

Terdapat ciri – ciri dari media sosial yaitu sebagai berikut:

- a. pesan yang disampaikan cenderung cepat.
- b. pesan yang disampaikan tidak harus melalui proses seleksi “*gatekeeper*”
- c. pesan yang disampaikan tidak untuk satu orang, melainkan keberbagai banyak orang misalnya pesan melalui *whatsapp*.
- d. penerima pesan yang menentukan waktu interaksi (Hikmat, 2018, p. 41).

2.1.6 Jurnalistik

Journalisme yang mempunyai kata *journal*, berarti catatan harian atau catatan mengenai peristiwa sehari-hari, yang dimaksud catatan disini dapat diartikan sebagai surat kabar. *Journal* dalam bahasa latin *diurnalis*, yang berarti harian atau setiap hari. Dari kata itulah lahir kata jurnalis, yakni orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik. Macdougall menjelaskan bahwa *journalism* atau jurnalistik merupakan aktifitas dalam mencari fakta, mengumpulkan berita dan melaporkan kejadian. Jurnalisme sangat penting dan diperlukan dalam negara demokratis. Tidak peduli apa perubahan yang terjadi di masa depan, baik dari segi ekonomi sosial, dan politik (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2014, p. 15).

2.1.7 Fotografi

Fotografi salah satu inovasi manusia dengan upaya-upaya mengabadikan alam dan isinya kedalam bentuk dua dimensi yang melalui tahapan eksperimen alat dan materi. Fotografi terdiri dari dua buah kata *photos* dan *graphos* artinya cahaya dan melukis, dimana proses melukis menggunakan media cahaya. Sehingga fotografi dapat didefinisikan sebagai proses menghasilkan gambar dari pantulan cahaya yang mengenai suatu objek. Untuk menghasilkan gambar dengan intensitas cahaya yang tepat seorang fotografer dapat menggunakan alat ukur light meter dan dapat mengubah kombinasi ISO, diafragma, dan kecepatan. Pada prinsipnya fotografi merupakan memfokuskan cahaya dengan bantuan

pembiasan, sehingga dapat membakar medium penangkap cahaya (Satrio & Soedjono, 2016, p. 35).

Foto atau gambar adalah pesan *non* verbal, tidak berupa tulisan atau kata - kata, tetapi sebuah lukisan berupa suatu peristiwa, pemandangan, seseorang yang ditangkap atau direkam oleh “mata” lensa kamera. Pesan dalam foto dapat berupa pesan verbal yang menggunakan kata - kata serta pesan *non* verbal dalam bentuk gambar, musik, tanda / *symbol*, animasi, atau video (Wardana, 2017, p. 94).

2.1.8 Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik secara sederhana merupakan foto yang bernilai berita, disampaikan kepada publik secara singkat. Mengandung unsur informatif, fakta dan dapat bercerita, sebagai aspek terpenting dalam sebuah foto jurnalistik. Menurut mantan redaktur foto *LIFE* Wilson Hick menjelaskan yang dimaksud foto jurnalistik yaitu media komunikasi yang menggabungkan antar unsur verbal dan gambar. Verbal yang dimaksud adalah keterangan foto (*caption*). Sehingga foto jurnalistik dapat diartikan sebagai kesatuan gambar dan teks (Wijaya, 2016, p. 5).

Foto jurnalistik merupakan gambar yang dapat memvisualisasikan suatu peristiwa, dan sebagai penguat pesan dalam sebuah berita. Secara umum foto jurnalistik dicirikan oleh beberapa unsur pertama, memiliki nilai berita, kedua, bersifat melengkapi berita, dan ketiga, dimuat dalam media. Foto jurnalistik dan foto dokumentasi pada dasarnya sama. Perbedaanya foto jurnalistik mempunyai keunggulan karena

dipublikasikan pada media massa. Di samping itu harus memiliki daya tarik yang tinggi, di lain keunikan visual dalam penyajiannya. Oleh sebab itu, yang menjadi titik terpenting dalam foto jurnalistik ialah terletak pada proses pemilihan foto yang layak di publikasikan dalam mendukung pemberitaan (Yunus S. , 2015, pp. 91-92).

Sebuah foto jurnalistik harus mempunyai kemampuan bercerita lewat gambar. Pewarta foto harus memiliki kemampuan menyajikan pengambilan gambar peristiwa melalui foto yang didapatnya. Untuk menghasilkan foto yang baik perlu menghindari manipulasi dalam foto dan mampu menghadirkan kisah cerita yang *eksplisit* dan *implisit*, tanpa harus menguatkan isi foto yang disajikan. Terdapat ukuran nilai berita foto jurnalistik, yang menjadi acuan dalam menilai foto jurnalistik umumnya terdiri dari :

- a. Aktualitas gambar sebagai refleksi peristiwa yang baru terjadi, bukan peristiwa yang lama terjadi.
- b. Relevan dengan berita sebagai pelengkap berita yang disajikan dan memiliki relevansi dengan isi berita.
- c. Kejadian luar biasa sebagai bentuk visualisasi yang pantas dipublikasikan karena dapat mengundang daya tarik publik.
- d. Promosi sebagai sarana untuk mengekspos peristiwa yang layak mendapat perhatian dan diketahui publik.

- e. *Human interest* sebagai kedekatan visual dengan aktivitas kehidupan manusia.
- f. Universal sebagai orientasi pesan yang bersifat universal, tidak menyinggung agama, suku, ras, dan bukan hasil karya subjektif (Yunus S. , 2015, p. 93).

Foto jurnalistik merupakan hal terpenting dalam tampilan media. Foto dapat menjadi ilustrasi dalam sebuah peristiwa dengan mengedepankan aktual. Jadi pada momentum tertentu, yang layak dipotret dari sebuah peristiwa untuk ditampilkan dalam karya foto jurnalistik (AR, 2016, p. 111).

Mengacu pada proses dan tujuan foto jurnalistik, foto jurnalistik dapat di klasifikasikan kedalam berbagai bagian yaitu:

- a. *Spot news* merupakan foto dibuat dari peristiwa yang tidak terjadwal sebelumnya.
- b. Foto *feature* merupakan foto untuk mendukung dari tulisan.
- c. *General news* merupakan foto yang di abadikan dari peristiwa yang direncanakan sebelumnya.
- d. Foto esai merupakan kumpulan dari beberapa foto sebagai penceritaan momentum (Yunus S. , 2015, p. 94)

Secara umum foto jurnalistik terbagi menjadi sembilan kategori jenis-jenis foto, menurut badan Foto Jurnalistik Dunia (*World Press Photo Foundation*) yaitu sebagai berikut :

- a. *Spot Photo*, foto yang dibuat dari kejadian yang tidak terjadwal atau terencana sebelumnya.
- b. *People In The News Photo*, foto terkait orang atau masyarakat dalam suatu berita.
- c. *General News Photo*, foto yang direkam atau didokumentasikan dari peristiwa yang terjadwal.
- d. *Portrait*, foto yang menampakan wajah seseorang.
- e. *Daily Life Photo*, foto tentang aktivitas sehari – hari manusia dilihat dari segi kemanusiawianya atau disebut *human interst*.
- f. *Science And Technology Photo*, foto yang diambil dari peristiwa yang ada hubungannya dengan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- g. *Social And Environment*, foto terkait kehidupan sosial suatu masyarakat dan lingkungan hidupnya.
- h. *Sport Photo*, yang dibuat dari peristiwa olahraga.
- i. *Art And Culture Photo*, foto yang dibuat menyangkut peristiwa seni dan budaya (Alwi, 2008, pp. 7-9).

2.1.9 Citizen Journalism

Jurnalisme warga adalah aktivitas jurnalistik yang meliputi aktivitas mengumpulkan informasi, menulis berita, mengedit dan menyiarkan, dilakukan warga biasa secara formal bukan wartawan. Memiliki fungsi dan peran yang sama sebagai kontrol sosial, hiburan, sumber informasi, serta agen perubahan, seperti jurnalistik pada

umumnya. Jurnalisme warga memiliki jaringan lebih luas akan sumber informasi (Sambo & Yusuf, 2017, p. 34).

Sementara itu Nugraha dalam bukunya *citizen journalism* mendefinisikan yang dimaksud bahwa jurnalisme warga merupakan masyarakat biasa yang bukan sebagai wartawan profesional, memiliki peralatan teknologi yang sederhana, yang dapat digunakan untuk meliput, mengumpulkan, menulis, serta mendistribusikan ke media online terkait peristiwa yang dilihatnya karena memiliki semangat berbagi dengan pembaca yang lain (Nugraha, 2012, p. 18).

Jurnalisme warga adalah informasi yang diproduksi oleh masyarakat itu sendiri dengan kemampuan yang dimiliki atau non profesional. Berita yang disampaikan dari masyarakat merupakan berita yang benar-benar terjadi di sekitarnya, tanpa adanya proses *editing*. Sedikit proses *editing* dari berita tersebut dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap berita saat itu. Adapun konsep jurnalisme warga setiap orang atau masyarakat bisa menjadi pembuat atau pembawa berita, oleh sebab itu kesempatan masyarakat luas dalam melaporkan peristiwa semakin terbuka. Tentu dalam melaporkan sebuah berita harus yang bersifat terbaru, karena berita yang lama berita tersebut tidak akan mampu bersaing dengan media massa profesional. Karena konsep dari jurnalisme warga yang selalu *update* maka pewarta warga membutuhkan akses yang cepat. Oleh sebab itu sangatlah mutlak pewarta warga membutuhkan teknologi yang cepat untuk mendukung penyebaran informasi atau yang

lebih dikenal memiliki sifat *mobile* (Nuraryo, Maliki, & Meisyaroh, 2015, pp. 37-39).

Sekarang ini jurnalisme warga terkadang dianggap sebagai jurnalisme yang kurang dapat dipercaya dari segi keakuratan fakta atau data. Fakta dan data yang didapat bisa saja dianggap tidak valid, sebab media *online* cenderung mengutamakan kecepatan informasi. Khalayak seolah bersaing untuk membuat berita dari sebuah peristiwa yang dilihatnya pertama kali. Kecepatan dalam penyampaian dan produksi berita, sering kali dapat berpotensi melanggar kode Etik jurnalistik (Fachruddin, 2019, p. 24).

2.1.10 Analisis isi kualitatif

Analisis media kualitatif lebih banyak digunakan untuk meneliti dokumen yang dapat berupa teks, gambar, *symbol*, dan sebagainya untuk memahami, budaya dari konteks sosial tertentu. Analisis media kualitatif ini semua jenis dokumen atau data yang di analisis cenderung lebih disebut dengan istilah "*text*" apapun bentuk dari dokumen tersebut baik itu gambar, *symbol*, tanda (*sign*), dan gambar bergerak. Dengan kata lain data atau dokumen dalam analisis kualitatif merupakan wujud dari representasi simbolik yang dapat di dokumentasikan atau disimpan untuk di analisis. Dalam analisis kualitatif ini merujuk pada metode yang *integrative* dan lebih secara konseptual untuk mengidentifikasi,

mengolah, menemukan serta menganalisis dokumen untuk memahami makna, relevansinya, serta signifikansi (Bungin, 2003, p. 203)

2.1.11 Nilai Foto Jurnalistik

Dikutip dari skripsi (Yuranda, 2017, pp. 27-28), untuk melihat nilai sebuah foto, menurut ketua devisi foto jurnalistik *The Photographic Society Of America* (PSA), Randy Carr, APSA, EPSA, foto jurnalistik harus memuat nilai - nilai sebagai berikut :

a. Informatif

Foto jurnalistik harus dapat memberikan informasi yang lengkap kepada khalayak. Informatif dapat diartikan bagi tiap foto perlu ukuran khas yang menuntut unsur 5W +1H, oleh sebab itu foto jurnalistik minimal terdapat unsur *what* (apa) atau *who* (siapa), jika kejadiannya menyangkut tokoh penting, perlu adanya unsur 5W + 1H sebagai pelengkap informasi yang ditulis pada keterangan foto.

b. *Human interest*

Berkaitan salah satu fungsi pers yang bertugas menghibur, mendidik, serta kontrol sosial maka hendaknya suatu foto, mengambil gambaran yang mengacu pada manusia sebagai objek, dilihat dari sisi kehidupannya yang mengandung misi kemanusiaan. Sehingga masyarakat dapat mengharagai apa yang patut dihargai atau dapat menggugah kesadaran mereka untuk memperbaiki apa yang dianggap salah atau tidak sesuai norma atau aturan.

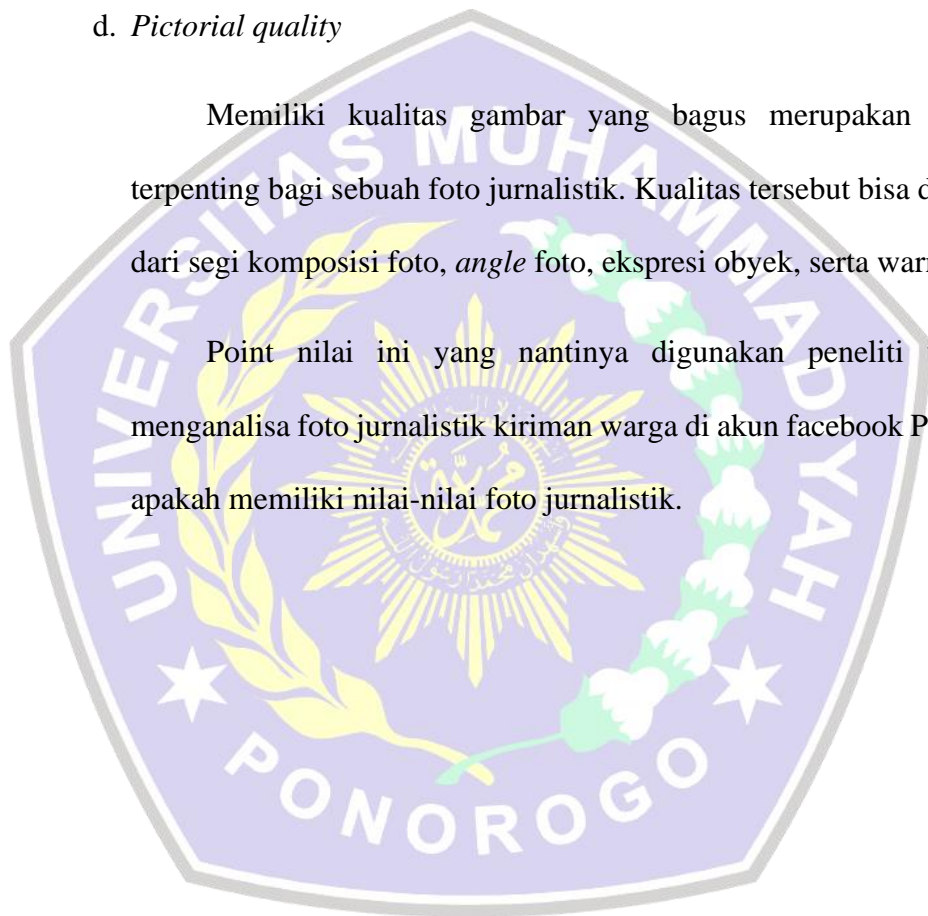
c. Faktual

Subyek foto asli dalam artian tidak dibuat- buat, rekaman peristiwa terjadi spontan sesuai dengan kenyataan yang benar-benar terjadi. Adanya faktual ini sebuah foto dituntut jujur dan tidak boleh dilakukan manipulasi digital.

d. *Pictorial quality*

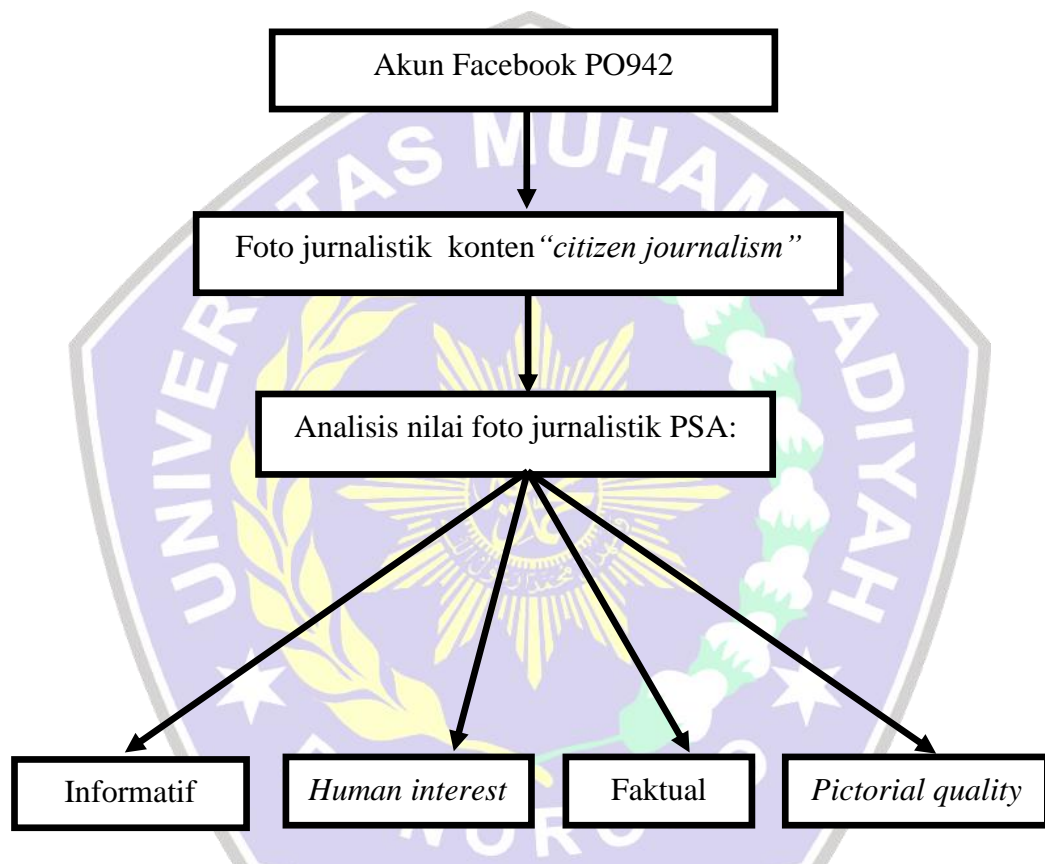
Memiliki kualitas gambar yang bagus merupakan point terpenting bagi sebuah foto jurnalistik. Kualitas tersebut bisa dilihat dari segi komposisi foto, *angle* foto, ekspresi obyek, serta warna.

Point nilai ini yang nantinya digunakan peneliti untuk menganalisa foto jurnalistik kiriman warga di akun facebook PO942 apakah memiliki nilai-nilai foto jurnalistik.



2.2 Kerangka Pikir

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini, maka perlu dibuat kerangka pemikiran agar pembaca dapat mengetahui alur penelitian ini.



Gambar 2. 1 Kerangka Pikiran

Berdasarkan bagan kerangka pikir diatas, dapat dijelaskan bahwa akun facebook PO942 Gema Surya merupakan salah satu media sosial milik radio Gema Surya FM. Memanfaatkan fasilitas grub facebook yang mana di dalam grub tersebut memungkinkan setiap anggota dapat berkontribusi, dengan mengirimkan informasi mengenai peristiwa yang terjadi di sekitarnya.

Secara langsung dengan cara menginformasikan peristiwa tersebut dalam bentuk foto jurnalistik ataupun video.

Foto jurnalistik konten *citizen journalism* di facebook PO942, tentu menjadi sesuatu hal yang menarik bagi peneliti. Karena dalam facebook PO942 tersebut, terdapat informasi berupa foto kiriman dari warga pada dasarnya kita tahu bahwa warga atau masyarakat dari berbagai latar belakang profesi. Tentu memiliki kualitas foto atau nilai yang berbeda dan beragam, dari wartawan itu sendiri yang dibekali dengan pendidikan profesi kejournalistikan atau kewartawanan.

