

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Foto utama di halaman pertama surat kabar dikenal dengan foto *headline* (halaman pertama) karena sifatnya lebih utama dibandingkan dengan dengan foto-foto lainnya, biasanya foto *headline* dimuat paling besar dan dominan. Sementara, tidak ada metode khusus untuk menilai foto yang akan dijadikan sebagai *headline* selain foto yang menarik atau memuat isu terpenting. Tetapi, lebih dari itu semua, foto *headline* lahir dari selera redaktur saat menilai foto terbagus diantara banyak pilihan foto. Selera antara redaktur foto surat kabar x dan y tentu berbeda.

Seperti halnya Harian Umum Galamedia Bandung, dalam sehari puluhan foto masuk ke meja redaktur foto, namun dari sekian banyak foto tersebut, redaktur hanya memilih satu foto yang terpenting dan terbaik untuk disajikan di halaman pertama surat kabar. Foto terpenting adalah foto yang memiliki nilai berita yang sangat tinggi, salah satunya peristiwa bencana alam. Tidak jarang, dalam setiap penerbitannya, Harian Umum Galamedia Bandung memilih foto peristiwa untuk disajikan kepada pembaca.

Pascamenentukan foto untuk dimuat di halaman pertama, redaktur foto juga berkoordinasi dengan bagian perwajahan (*Lay-out*), karena merekalah yang mengatur tata letak foto dan teks di halaman surat kabar. Sering kali redaktur harus berkompromi untuk memenuhi kebutuhan *space* halaman. Pemilihan foto *headline*

juga mempertimbangkan aspek komersial, yakni bagaimana membuat tampilan Koran yang menarik pembeli di tingkat eceran.

Disamping itu, dalam *headline* sebuah surat kabar, foto jurnalistik mampu menjadi daya tarik pembaca sebelum membeli serta membaca berita utama yang disajikan. Foto jurnalistik identik dengan foto-foto yang terdapat dalam media massa khususnya media cetak, baik surat kabar, tabloid, maupun majalah. Meski tidak semuanya isi foto yang terdapat dalam jenis-jenis media cetak tersebut dapat dikategorikan sebagai foto jurnalistik, namun hampir sebagian besar foto-foto tersebut memiliki nilai berita yang menjadi salah satu ciri khas foto jurnalistik.

Foto jurnalistik dapat diartikan sebagai fotografi komunikasi, dimana komunikasi bisa diekspresikan seorang jurnalis foto melalui subjeknya. Objek pemotretan hendaknya mampu dibuat berperan aktif dalam gambar yang dihasilkannya sehingga lebih pantas menjadi subjek aktif. Dasar foto jurnalistik adalah gabungan antara gambar dan kata. Keseimbangan gambar dan kata, keseimbangan data tertulis pada teks dan gambar adalah mutlak, foto berita dapat mengungkapkan cara pandang terhadap subjeknya, pesan yang disampaikan lebih penting dari pada sekedar ungkapan pribadi.

Medium foto jurnalistik biasanya tercetak, bisa di media cetak, kantor berita, koran atau majalah, tanpa memperhatikan tirasnya. Maka informasi yang disebarkan dalam foto jurnalistik adalah sebagaimana adanya, disajikan sejujur-jujurnya. Dalam penyampaiannya kepada khalayak ramai (massa) yang dalam hal ini adalah pembaca, *caption text* (keterangan foto) menjadi satu hal yang sangat membantu suatu foto.

Karena selain informasi yang disajikan melalui visual, keterangan foto juga dapat menambah penjelasan.

Keterangan foto sangat membantu pembaca khususnya dalam mendapatkan serta membangun pemahaman informasi secara detail tentang pesan yang tidak tercantum dalam foto. Seperti mengenai lokasi sebuah peristiwa, waktu pengambilan gambar, dan sebagainya. Lebih lanjut, keterangan foto berkaitan dengan unsur berita, yakni 5W+1H. Maka dari itu, seorang jurnalis foto dituntut mengumpulkan data yang cukup untuk menulis keterangan foto. Namun, dalam penulisan keterangan foto, sebaiknya tidak mengasumsikan ataupun menginterpretasikan perasaan dan ekspresi dari gambar tersebut, misalkan seperti mengharukan, mengerikan dan lain sebagainya.

Ruang lingkup foto jurnalistik adalah manusia. Itu sebabnya foto jurnalistik harus mempunyai kepentingan mutlak pada manusia. Pesan yang disampaikan dari suatu hasil visual foto jurnalistik harus jelas dan segera dipahami seluruh lapisan masyarakat. Pendapat pribadi atau pengertian sendiri tidak dianjurkan dalam foto jurnalistik. Gaya pemotretan yang khas, bahkan dengan polesan seni tidak menjadi batasan dalam berkarya, yang penting pesan harus komunikatif bagi semua lapisan masyarakat.

Jurnalis foto yang baik adalah ia yang bisa membangun instingnya, berada di tempat yang benar pada waktu yang benar dengan kamera dan lensa yang tepat. fotografer harus dapat menangkap ekspresi subjek yang sesungguhnya tanpa diketahuinya (disadari). Fotografer mengamati tetapi tidak mengatur,

keberhasilannya tergantung dari kemampuannya untuk menangkap momentum tanpa menginterupsinya. Sederhananya foto jurnalistik merupakan foto yang dimuat untuk dipublikasikan dalam media massa sebagai pendukung berita tulis atau berfungsi sebagai *headline* dan suatu medium sajian untuk menyampaikan beragam bukti visual atas suatu peristiwa kepada masyarakat seluas-luasnya dengan waktu sesingkat-singkatnya.

Jadi orientasi dasarnya berbeda dengan foto komersil yang penggunaannya terbatas. Pemberitaan dengan menggunakan unsur foto jurnalistik pada surat kabar berperan untuk mempengaruhi para pembaca, agar kefaktualan berita dapat dipercaya. Foto jurnalistik mampu merekam sesuatu secara cepat, objektif, hingga membuatnya cocok untuk menyajikan peristiwa yang mengandung nilai berita dan informasi. Dengan foto jurnalistik maka isi dari berita biasa bisa tersirat terlebih dahulu serta foto jurnalistik mampu menampilkan keadaan sesungguhnya mengenai lingkungan, suasana, dan perasaan secara lengkap dan akurat. Seperti saat terjadinya peristiwa bencana alam.

Pembaca surat kabar khususnya akan lebih mempercayai peristiwa tersebut setelah mereka melihat foto kejadian yang di muat baik di halaman utama maupun halaman dalam isi surat kabar tersebut. Foto kejadian bencana alam seperti banjir, longsor, pohon tumbang, kekeringan, gempa bumi, hingga gunung meletus dapat dikategorikan sebagai foto jurnalistik. Hal itu lantaran dibalik gambar foto musibah tersebut, terdapat pesan berupa informasi visual yang syarat akan emosi yang dapat menggugah nurani pembaca.

Foto jurnalistik kategori peristiwa bencana alam juga mampu menggugah rasa simpatik masyarakat maupun unsur pemerintahan untuk berperan aktif dalam upaya membantu korban bencana alam baik melalui sumbangan materil untuk kebutuhan hidup mereka selama di dalam pengungsian maupun bantuan pemulihan psikologis khususnya terhadap anak-anak yang mengalami kejadian tersebut. Namun, dibalik sebuah karya foto jurnalistik khususnya mengenai bencana alam. Seperti bencana banjir akibat luapan sungai Citarum yang sudah banyak diekspos oleh media massa.

Seorang jurnalis foto harus memiliki sudut pandang yang hendak ia suguhkan kepada pembaca meskipun sebagian besar seorang jurnalis foto memilih sudut pandang foto yang diambil melibatkan sisi kemanusiaan para korban dan bagaimana upaya mereka untuk bertahan hidup di lingkungan yang telah rusak. Seperti foto seorang anak kecil yang harus berjuang keras mengamankan barang berharga di rumahnya yang mulai terendam banjir, kehidupan sejumlah keluarga di pengungsian, evakuasi korban lanjut usia dan berbagai kisah tentang korban bencana alam lainnya.

Pesan dalam foto peristiwa bencana alam juga dapat diambil dari sisi dampak. Seperti dampak lumpuhnya perekonomian warga, suasana lingkungan yang rusak, serta kerugian materil lainnya. Dibalik hasil karya jurnalis foto dalam mengabadikan momentum peristiwa bencana alam yang disuguhkan untuk pembaca, terdapat sejumlah tantangan, rintangan, dan tak jarang ancaman terhadap keselamatan mereka. Seperti saat mengabadikan foto bencana banjir. Seorang jurnalis foto dituntut untuk mendokumentasikan gambar mengenai suasana bencana alam tersebut meski bahaya terseret aliran sungai selalu mengintai.

Saat bencana longsor yang merenggut puluhan nyawa dan menimbun lingkungan tempat tinggal korban, jurnalis foto tak jarang ikut bersama pihak terkait untuk mengabadikan momen evakuasi korban demi mendapatkan sebuah karya foto yang tentunya sangat berdampak bagi masyarakat meski ancaman tertimbun reruntuhan yang dapat terjadi sewaktu-waktu mengintainya. Sementara disatu sisi, tugas utama jurnalis foto yakni menyajikan berita visual. Jurnalis foto adalah mereka yang menjalankan tugas dan fungsi jurnalistik menggunakan kamera dengan mengemban misi menyampaikan informasi sesingkat mungkin untuk pembaca.

Dalam hal mendokumentasikan suatu peristiwa, jurnalis foto juga berperan sangat penting dalam membuktikan suatu kejadian. Sebab, melalui karya foto jurnalistiknya seorang jurnalis foto mampu menjadikan bukti bersejarah peristiwa yang pernah terjadi. Salah satu foto bukti sejarah Negeri ini diabadikan oleh fotografer lokal asal Kota Bandung yakni, Inen Rusnan. Berkat foto-foto jurnalistiknya saat perayaan Konferensi Asia Afrika enam puluh tahun silam, masyarakat seakan langsung mempercayai bukti sejarah bangsa ini.

Jika Frans Soemarto Mendur tidak mendokumentasikan foto Soekarno berdiri megah didampingi Hatta saat pembacaan proklamasi kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus 1945, masyarakat Indonesia pastinya hanya akan mendengar atau membaca peristiwa tersebut di dalam buku sejarah, tanpa bisa melihat gambar pada saat itu. Hal itu menegaskan peran penting jurnalis foto dan karyanya foto jurnalistik dalam perjalanannya. Selain menjadi bukti sejarah, foto jurnalistik juga mengandung dampak yang sangat luar biasa.

Dampak dari sebuah karya foto jurnalistik juga mampu memberikan rasa simpatik bagi masyarakat yang melihatnya. Berkat kejeliannya dalam mengabadikan momen, masyarakat Indonesia dan Kota Bandung khususnya pernah dikagetkan dengan sebuah foto mantan atlet senam Jawa Barat yang terbaring dikasur seusai menjalani cuci darah di tenda samping rumahnya yang dirobohkan di lokasi pembongkaran lahan pada Agustus 2015 lalu. Berkat Foto karya jurnalis foto Tribun Jabar, Gani Kurniawan yang dimuat di *headline* surat kabar tersebut seketika membuat masyarakat hingga Wali Kota Bandung mendatangi tenda di kawasan tersebut.

Hasil jepretan jurnalis foto *Reuters*, Beawiharta yang mendokumentasikan rombongan anak sekolah meniti jembatan gantung rusak di Desa Sanghiang Tanjung, Kabupaten Lebak, Banten, pada Januari 2012 itu mengundang keprihatinan dunia Internasional serta pemerintah setempat. Foto yang diunggah di akun media sosial *twitter*, *blog*, serta *facebook* miliknya mendapat respon mengejutkan, lebih dari 1200 orang *men-share* foto itu. Bahkan kantor berita luar negeri seperti *Daily News* juga memuat foto bergelantungannya sejumlah pelajar di atas Sungai Ciberang tersebut.

Foto yang menghebohkan dunia Internasional itu membuat Media Inggris, *Daily Mail*, menuliskan sebuah artikel yang menggambarkan betapa beratnya perjalanan para pelajar Indonesia menuju ke sekolah. Surat kabar ini juga menyamakan aksi mereka dengan adegan berbahaya di film “Indiana Jones”. Para pelajar mengaku lebih memilih menghadapi bahaya meniti tali ketimbang harus

berjalan setengah jam lamanya ke jembatan yang lebih bagus. Jika mereka mencari aman, maka harus bangun pagi-pagi buta dan pulang ketika hari sudah gelap.

Sementara, kemampuan komunikasi interpersonal yang mahir sangat diperlukan bagi seorang jurnalis foto, karena, profesi itu berhubungan dengan orang banyak. Esensi foto jurnalistik adalah menceritakan kondisi manusia, maka dari itu, jurnalis foto harus selalu merasa nyaman dengan lingkungan disekitarnya. Demi sebuah gambar, jurnalis foto terkadang harus masuk kedalam kawasan yang berbahaya. Melakukan pendekatan, menunggu momen yang tepat untuk memotret, dan merangkumnya menjadi sebuah cerita.

Dalam melaksanakan tugasnya, tak jarang, para jurnalis foto ini mendapatkan hambatan, ancaman, bahkan kekerasan fisik dari pihak tertentu. Salah satu tindak kekerasan terhadap jurnalis foto pernah dialami Gani Kurniawan. Jurnalis foto yang bekerja untuk Harian Umum Tribun Jabar sejak Tahun 2002 tersebut pernah mengalami pemukulan oleh oknum aparat kepolisian saat melakukan peliputan di daerah Kabupaten Bandung pada tahun 2004. Menurutnya, kehati-hatian dalam menjalankan tugas dirasa sangat perlu, sebab menjadi seorang jurnalis foto rentan akan keselamatan.

Hingga saat ini sudah tercatat puluhan jurnalis foto mengalami luka-luka hingga tewas di medan perang dan daerah konflik saat melaksanakan tugasnya. Selain memotret, jurnalis foto juga diharuskan mencari data untuk melengkapi keterangan foto, menemui serta berkomunikasi dengan banyak orang dari satu tempat ke tempat yang lain, hingga mengejar waktu demi memenuhi *Deadline* pengiriman foto. Hal itu

demi memberikan informasi dengan bukti visual berupa foto jurnalistik kepada masyarakat.

Bagi jurnalis foto, mencari berita untuk didokumentasikan adalah suatu proses untuk menghimpun dan menyebarkan informasi berupa foto yang diperoleh kepada khalayak seluas-luasnya. Sementara dalam menjalankan tugasnya, jurnalis foto bekerja menurut pola pembagian kerja, banyak media massa khususnya media cetak menerapkan sistem *beat* yakni menempatkan jurnalis untuk bertanggung jawab pada suatu wilayah berita tertentu. Di Bandung Raya sendiri, sebagian besar media cetak menempatkan satu hingga tiga orang jurnalis fotonya dalam sebuah wilayah.

Wilayah itu meliputi, Kota Bandung, Cimahi, Kabupaten Bandung, hingga Kabupaten Bandung Barat. Hal tersebut untuk mempermudah koordinasi, mempercepat akses dalam mendapatkan informasi, hingga menghindari kehilangan momentum berita di wilayah tersebut. Profesi sebagai jurnalis foto memiliki hak-hak istimewa dalam menjalankan tugasnya, terlebih memiliki keleluasaan dalam memotret seperti bisa menjangkau tempat-tempat terlarang atau terlindungi dari penglihatan publik. Pemberian akses yang lebih luas kepada jurnalis foto semata-mata untuk memenuhi hak masyarakat akan informasi.

Meski begitu, jurnalis foto sama seperti bidang keahlian lainnya, yang memiliki kode etik profesi. Etika tersebut berhubungan dengan perlindungan, misalnya jurnalis tidak menampilkan foto wajah pekerja seks, pelaku kejahatan anak, korban tindak asusila, pasien sakit jiwa, aksi bunuh diri, dll. Lebih jauh, aturan foto jurnalistik Internasional telah dirumuskan pada Tahun 2004 oleh *National Press*

Photographers Association (NIPPA), sebuah perhimpunan profesional bagi jurnalis foto dunia yang berbasis di AS sejak April 1946 dengan tujuan mempromosikan standar tinggi dalam foto jurnalistik serta memperkokoh keyakinan masyarakat terhadap profesi ini.

Sementara, aturan tentang foto jurnalistik di Indonesia tertara pada Kode Etik Jurnalistik (KEJ), kode etik Aliansi Jurnalis Independen (AJI), serta kode etik Pewarta Foto Indonesia (PFI). Jurnalis foto dan jurnalis tulis adalah ujung tombak media cetak. Dalam struktur organisasi, mereka berada di garis paling luar. Sedangkan, kinerja jurnalis foto dinilai oleh redaktornya (redaktur foto), yang bertanggung jawab dalam pemuatan foto setiap edisi termasuk pada foto *headline*. Redaktur foto memiliki wewenang untuk memilih foto yang dikirimkan jurnalis-nya.

Wewenang tersebut diberikan karena ia dianggap paling menguasai foto jurnalistik, dan kaya akan pengalaman visual. Pengalaman tersebut juga digunakan untuk menilai seberapa menarik sebuah foto sehingga dapat tampil di halaman pertama. Itu sebabnya sebagian besar seorang redaktur foto berawal dari seorang jurnalis foto. Dalam menentukan foto *headline*, redaktur juga berkoordinasi dengan bagian perwajahan, karena merekalah yang mengatur tata letak foto dan teks di halaman surat kabar. Sering kali redaktur harus berkompromi untuk memenuhi kebutuhan *space* halaman, apakah membutuhkan foto *vertical* atau *horizontal*, apakah perlu melakukan *crooping* foto atau tidak.

Sebelumnya bagian perwajahan (*Lay-out*) telah memiliki *dummy* sebagai panduan untuk mendesain halaman surat kabar tersebut. Selain didasari pertimbangan

untuk memenuhi pertimbangan pembaca dan memberikan informasi terbaik yang telah masuk kepada redaktur, pemilihan foto *headline* juga mempertimbangkan aspek komersial, yakni bagaimana membuat tampilan Koran yang menarik pembeli di tingkat eceran.

1.1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan pada konteks penelitian yang sudah dipaparkan di atas, maka fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Konstruksi Makna *Headline* Foto Jurnalistik Peristiwa Bencana Alam Bandung?” (Studi Semiotika di Harian Umum Galamedia Edisi 14 November 2015).

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana makna denotatif *headline* foto jurnalistik HU Galamedia Bandung edisi 14 November 2015?
2. Bagaimana makna konotatif *headline* foto jurnalistik HU Galamedia Bandung edisi 14 November 2015?
3. Bagaimana makna mitos *headline* foto jurnalistik HU Galamedia Bandung edisi 14 November 2015?

1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjawab fokus penelitian yaitu Mengetahui Konstruksi Makna *Headline* Foto Jurnalistik Peristiwa Bencana Alam Bandung (Studi Semiotika di Harian Umum Galamedia Edisi 14 November 2015).

1.1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu :

1. Mengetahui makna denotatif *headline* foto jurnalistik HU Galamedia Bandung edisi 14 November 2015.
2. Mengetahui makna konotatif *headline* foto jurnalistik HU Galamedia Bandung edisi 14 November 2015.
3. Mengetahui makna mitos *headline* foto jurnalistik HU Galamedia Bandung edisi 14 November 2015.

1.1.4 Jenis Studi

Menurut Roland Barthes (Ardianto, 2010: 80-82), ruang lingkup kajian studi analisis semiotika meliputi:

1. Denotasi adalah interaksi antara signifier (penanda) dengan signified (petanda) dalam tanda, dan antara *sign* dengan referensi dalam realitas eksternal. Denotasi dijelaskan sebagai makna sebuah tanda yang defisional, literal, jelas (mudah dilihat dan dipahami) atau *commonsense*. Dalam kasus tanda linguistik, makna denotasi adalah apa yang dijelaskan dalam kamus.
2. Konotasi adalah interaksi yang muncul ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca/pengguna dan nilai-nilai budaya mereka. Maknanya menjadi subjektif atau intersubjektif, istilah konotasi merujuk pada tanda yang memiliki asosiasi sosiakultural dan personal. Tanda lebih terbuka dalam penafsirannya pada konotasi daripada denotasi.
3. Mitos adalah sebuah kisah (*a story*) yang melaluinya sebuah budaya menjelaskan dan memahami beberapa aspek realitas. Mitos sebagai pelayanan terhadap kepentingan ideologi kaum borjuis. Claude Levistraus, seorang antropolog strukturalis menyebutkan bahwa satuan paling dasar pada mitos adalah *mytheme* seperti halnya *signame*. *Mytheme* ini tidak bisa dilihat secara terpisah dari bagian lainnya pada satu mitos.

1.1.5 Manfaat Penelitian

1.1.5.1 Manfaat Filosofis

Secara filosofis penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi bagi pengembangan konsep ilmu komunikasi mengenai konstruksi makna *headline* foto jurnalistik peristiwa bencana alam Bandung pada Tahun 2015 yang dapat diandalkan dan memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat dengan mencakup landasan filosofis, landasan psikologis, dan landasan pengetahuan.

1.1.5.2 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi umumnya dan ilmu jurnalistik khususnya mengenai “Kontruksi makna *headline* foto jurnalistik peristiwa bencana alam Bandung pada Tahun 2015”.

1.1.5.3 Manfaat Praktis

1. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, wawasan yang luas serta pengalaman yang amat berharga bagi peneliti dalam mengaplikasikan ilmu yang selama ini diterima secara teori maupun praktek. Pada khususnya penelitian ini juga sebagai pengaplikasian ilmu jurnalistik yang telah peneliti pelajari selama masa perkuliahan.

2. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan tambahan dan dijadikan literatur dalam mendukung materi-materi perkuliahan bagi Universitas, program studi, maupun mahasiswa mahasiswi ilmu komunikasi, khususnya dibidang jurnalistik. Bisa menjadi contoh acuan untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian yang sejenis.

3. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Harian Umum Galamedia Bandung dalam memperkaya khazanah kajian foto jurnalistik, serta sebagai bahan evaluasi bersama khususnya dalam analisis *Headline* Foto Jurnalistik.

1.2 Kajian Literatur

1.2.1 Review Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Matriks Penelitian Terdahulu

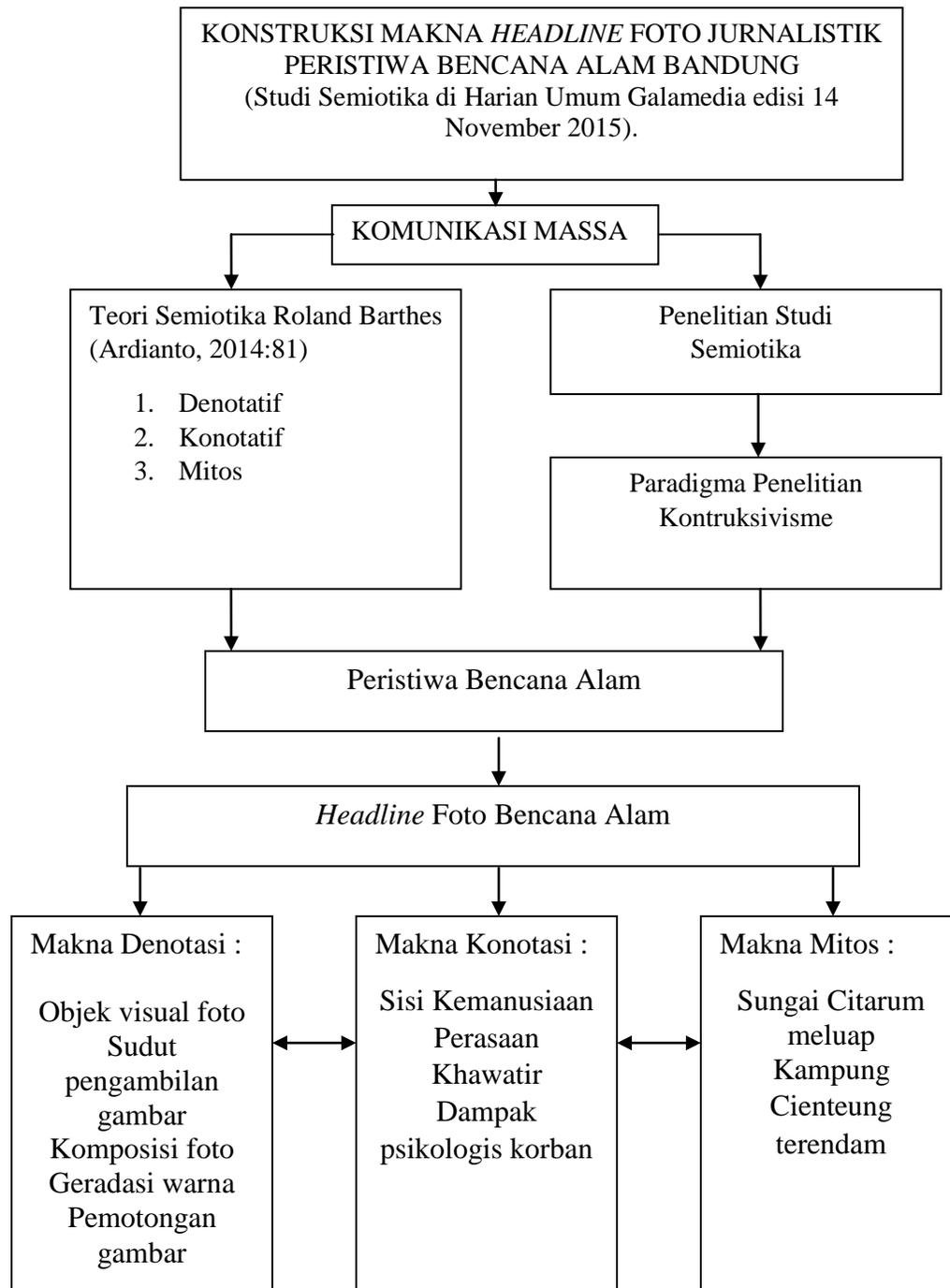
No	Peneliti	Judul dan Sub Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Idham Ama, 2013, Universitas Hasanuddin Makasar	KEBIJAKAN REDAKSIONAL HARIAN <i>FAJAR</i> DALAM MENENTUKAN FOTO <i>HEADLINE</i>	Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan redaksional Harian <i>FAJAR</i> , secara umum hampir sama dengan kebijakan yang dianut surat kabar lainnya di Indonesia. Proses kebijakan redaksional Harian <i>FAJAR</i> dalam menentukan foto <i>headline</i> dimulai ketika fotografer menyeter foto ke <i>server</i> redaksi dan berakhir dengan diskusi antara koordinator kompartemen/redaktur halaman satu, koordinator foto, <i>layouter</i> dan pemimpin redaksi. Sedangkan kriteria menentukan foto <i>headline</i> Harian <i>FAJAR</i> mengacu pada pertimbangan; baru (termasa), jarak (jauh dekat), keluarbiasaannya, penting, akibat dan tragedi (musibah).
2.	Yan Berlian, 2014, Universitas Bengkulu	ANALISIS FAKTOR LAYAK BERITA PADA PORTAL BERITA	Penelitian Kualitatif	Hasil dari penelitian ini bahwa faktor ketelitian, keseimbangan, keobjektifan,

		ANTARA BENGKULU		keringkasan, kejelasan, dan kebaruan, Merupakan suatu keharusan dan ketetapan sebagai penentu Redaktur dalam memilih berita yang layak diterbitkan di portal Antara Bengkulu.
3.	Prihartanto Dwi Saputra, 2013 Universitas Atma Jaya Yogyakarta	ETIKA JURNALISTIK DALAM BERITA KEKERASAN SEKSUAL ANAK (Analisis Isi Kuantitatif Penerapan Etika Jurnalistik dalam Berita Kekerasan Seksual Anak di Surat Kabar Harian Warta Kota Periode Januari-Juli 2013)	Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan masing-masing kategori, sebagai berikut: Kategorisasi 5W1H sebanyak 5W (100%) ada dan 1H (98%) ada. Untuk informasi narasumber terdapat 100% informasi dari narasumber. Untuk kategorisasi tidak terdapat narasi sadis sebanyak 82%, sedangkan tidak terdapat foto sadis 100%. Untuk kategorisasi kategorisasi tidak terdapat narasi cabul sebanyak 87%, sedangkan tidak terdapat foto cabul 100%. Untuk kategorisasi nama korban disamarkan 100%, tempat tinggal disamarkan 35,55%, pekerjaan disamarkan 84,4%. Untuk kategorisasi sudah menghormati hak privasi narasumber sebesar 68,88%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, SKH Warta Kota belum cukup baik dalam

				penerapan kode etik jurnalistik khususnya mengenai pemberian penyamaran terhadap tempat tinggal korban, penggunaan narasi sadis dan cabul yang dapat mendeskripsikan kronologi kekejaman dan pronografi.
4.	Cindyramitha. 2012. Departemen Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia	Analisis Semiotika Desain Kemasan Produk Gulaku <i>Sugar Sticks</i>	Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya ekspresi simbolik budaya dalam masing-masing kemasan, yaitu adanya budaya kafe dan asosiasi budaya terhadap Gulaku.
5.	Priscillia Marietta, 2012, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga	Analisis Semiotika Pada Rubrik Whats Hot Now Majalah GoGirl Periode Tahun 2011 (Studi Semiotika Fashion Dengan Pendekatan Roland Barthes dan Umberto Eco)	Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pakaian tidak dapat dimaknai hanya sekedar pelindung tubuh namun juga menciptakan pesan, yang diidentifikasi melalui tanda-tanda yang ada. Tanda-tanda yang merupakan elemen semiotika ditampilkan secara keseluruhan dan tren fashion yang ada mampu melayani gaya berpakaian masyarakat.

1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



1.2.3 Landasan Teoritis

1.2.3.1 Teori Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Sobur, 2013:15).

Lebih lanjut, Barthes berpendapat, Ruang lingkup studi semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda.

1. Denotasi adalah interaksi antara penanda (*signifier*) dengan petanda (*signified*) dalam tanda (*sign*), dan antara tanda dengan referensi dalam realitas eksternal. Denotasi dijelaskan sebagai makna sebuah tanda yang defisional, literal, jelas (mudah dilihat dan dipahami).
2. Konotasi adalah interaksi yang muncul ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca/pengguna nilai-nilai budaya mereka. Maknanya menjadi subyektif atau intersubyektif. Konotasi merujuk pada tanda yang memiliki asosiasi sosiokultural dan personal.

3. Mitos adalah sebuah kisah (*a story*) yang melaluinya sebuah budaya menjelaskan dan memahami beberapa aspek realitas. Mitos muncul pada tataran konsep mental suatu tanda.

Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. *Semiotic*, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal yang (*things*). Memaknai (*tosinify*) dalam hal ini tidak dapat dicampurkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). (Sobur, 2013:15). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.

Menurut Barthes, (Sobur, 2013:15). Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan suatu objek atau idea dan suatu tanda. Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang aman luas, berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika. Dengan tanda-tanda, kita mencoba mencari keteraturan di tengah dunia yang centang-perenang ini, setidaknya agar kita memiliki pegangan.

1.2.3.2 Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead

Symbolic interactionism theory menawarkan kepada mahasiswa dan praktisi suatu cara dalam mengembangkan komunikasi mengenai suatu proses sosial dan sebuah kerangka metode penelitian (Ardianto, 2010:158). Menurut, Asumsi teori ini adalah orang-orang memiliki cara tertentu dalam melakukan pemaknaan, interpretatif (penafsiran), tindakan-tindakan. *Mind* (pikiran), *self* (diri sendiri), dan *society* (masyarakat) bekerja bersama-sama memengaruhi bagaimana orang-orang melakukan pemaknaan.

Teori ini mengasumsikan komunikasi berlangsung ketika orang-orang berbagi makna dalam bentuk simbol-simbol, seperti kata-kata atau gambar. Para intraksionis sosial atau orang yang melakukan penelitian teori interaksionisme memperoleh pengetahuan bahwa orang-orang dibentuk melalui komunikasi. Disana terdapat asumsi bahwa sosial dan tindakan kolektif terjadi ketika komunikator paham dan bernegosiasi tentang pemaknaan orang lain. Perkembangan secara interdisiplin, interaksi simbolik mengalami perubahan dari cara individu, kelompok, dan masyarakat dianalisis.

Lebih lanjut, teori ini berdasarkan pada tiga premise, yakni orang-orang bertindak menghadapi sesuatu berdasarkan pemaknaan yang mereka miliki, pemaknaan tentang sesuatu yang diperoleh dari atau tidak muncul, interaksi sosial, dan pemaknaan dinegosiasikan melalui proses interpretative. *Symbolic interactionism theory* mengungkapkan bahwa setiap orang dari orang-orang ini atau orang-orang

membuat makna melalui sebuah proses yang dipertajam oleh pemaknaan orang lain dan proses pembuatan makna (Ardianto, 2010:159).

1.2.3.3 Teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers

Teori ini meneliti bagaimana ide-ide baru, hal praktis atau objek diadopsi oleh individu-individu dan organisasi. Sejak tahun 1950-an, Everett M. Rogers telah mengembangkan model yang sangat komprehensif tentang bagaimana inovasi-inovasi diadopsi. (Ardianto, 2010:111), berdasarkan tingkat kesiapan dalam menerima idea tau objek baru, pengadopsian dikelompokkan menjadi lima kelompok, yakni, : *innovators, early adopter, early majority, late majority, laggards*. Teori difusi inovasi akhir-akhir ini banyak digunakan sebagai pendekatan dalam komunikasi pembangunan, seperti di Negara berkembang seperti Indonesia dan dunia ketiga.

Everett M. Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial. Difusi adalah suatu jenis komunikasi khusus yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses dimana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi tersebut untuk menciptakan pengertian bersama (Ardianto, 2010:111).

Dalam teori difusi inovasi, komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat dalam memengaruhi orang-orang. Inovasi (penemuan) yang

disebarkan (difusi) melalui media massa, akan memengaruhi massa untuk mengikutinya. Dalam perkembangannya, teori ini menempatkan peran pemuka pendapat dalam memengaruhi sikap dan perilaku seseorang.

1.2.4 Landasan Konseptual

1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi

Menurut Everett M. Rogers, Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Mulyana, 2007:69). Sedangkan menurut Harold Laswell, Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (*who says what in which channel to whom with what effect*) yang artinya siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat atau hasil apa? (Cangara:2007:19).

Proses komunikasi dewasa ini telah berkembang sangat pesat. Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) dengan tujuan mendapatkan saling pengertian satu dan yang lainnya. Komunikasi adalah bentuk nyata kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, tiap individu dapat mengenal satu sama lain dan dapat saling mengungkapkan perasaan serta keinginannya melalui komunikasi.

Setelah dapat menanamkan pengertian dalam komunikasi, maka usaha untuk membentuk dan mengubah sikap dapat dilakukan, akhirnya melakukan tindakan nyata adalah harapannya. Ketika berkomunikasi kita tidak hanya memikirkan misi

untuk mengubah sikap seseorang, Namun sisi psikologis dan situasi yang mendukung ketika itu juga harus diperhatikan. Apabila kita salah dalam memberikan persepsi awal dari stimuli, maka komunikasi akan kurang bermakna.

Begitulah manusia, keunikannya memang menjadi pertimbangan dalam setiap keputusan begitu juga dalam berkomunikasi. Kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2007: 4)

Dalam komunikasi terdapat tiga kerangka pemahaman konseptualisasi komunikasi yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. Menurut Deddy Mulyana (2007: 68), konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan menginsyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif.

Dari beragam definisi komunikasi sebagaimana di atas pada intinya dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses dimana individu dalam hubungannya dengan orang lain, kelompok, organisasi atau masyarakat merespon dan menciptakan pesan untuk berhubungan dengan lingkungan dan orang lain. Pada hakikatnya tujuan dari komunikasi adalah sama-sama bertujuan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan secara efektif.

1.2.4.2 Tinjauan Umum Tentang Surat Kabar

Media Massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *on-line* (internet). Sedangkan, surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Guternberg di Jerman. (Ardianto, Komala, dan Karlinah, 2007:103).

Dari empat fungsi media massa yakni, Informasi, edukasi, hiburan, dan persuasif. Fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah fungsi informasi. Hal itu sesuai dengan tujuan utama khalayak membaca surat kabar, yaitu keingin tahuan akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Karenanya sebagian rubrik surat kabar terdiri dari berbagai jenis berita. Namun demikian, fungsi surat kabar lainnya seperti hiburan, mendidik, serta memengaruhi pun tidak terabaikan. Fungsi pers, khususnya surat kabar pada perkembangannya bertambah, yakni sebagai alat kontrol sosial yang konstruktif.

A. Sejarah Surat Kabar di Indonesia

Menurut Soebagijo, (Dikutip Elvinaro, Komala, dan Karlinah (2007:103). Keberadaan surat kabar di Indonesia ditandai dengan perjalanan panjang melalui priode yakni masa penjajahan, belanda, penjajahan jepang, menjelang kemerdekaan dan awal kemerdekaan, serta zaman orde lama, dan orde baru.

1. Zaman Belanda

Pada tahun 1828 di Jakarta diterbitkan Javasche Courant yang isinya memuat berita-berita resmi pemerintahan, berita lelang, dan berita kutipan dari harian-harian di Eropa. Tidak hanya di Jakarta, di Kota-kota besar lainnya juga terbit sejumlah surat kabar. Surat kabar yang terbit pada masa itu tidak mempunyai arti secara politisi, karena lebih merupakan surat kabar periklanan. Sedangkan, untuk tirasnya tidak lebih dari 1000-1200 eksemplar setiap penerbitannya. Semua penerbitan terkena peraturan, yakni tidak boleh diedarkan sebelum diperiksa oleh penguasa setempat.

2. Zaman Jepang

Ketika Jepang datang, sejumlah surat kabar yang ada di Indonesia diambil alih secara pelan-pelan. Beberapa surat kabar disatukan dengan alasan untuk menghemat alat-alat dan tenaga. Padahal, tujuan sebenarnya adalah agar pemerintah Jepang dapat memperketat pengawasan terhadap isi surat kabar. Sementara, kantor berita Antara pun diambil alih dan diteruskan oleh kantor berita Yoshima dan selanjutnya berada dibawah pusat pemberitaan Jepang,

yakni Domei. Pada saat itu surat kabar hanya bersifat propaganda dan muji-muji pemerintahan dan tentara Jepang.

3. Zaman Kemerdekaan

Pada masa awal kemerdekaan, Indonesia pun melakukan perlawanan dalam hal sabotase komunikasi. Surat kabar yang diterbitkan oleh bangsa Indonesia pada saat itu merupakan tandingan dari surat kabar yang diterbitkan pemerintahan Jepang. Surat kabar Berita Indonesia yang diprakarsai oleh Eddie Soeraedi ikut melakukan propaganda agar rakyat datang berbondong-bondong pada rapat raksasa di lapangan Ikada Jakarta pada 19 September 1945. Sejumlah surat kabar lainnya pun terbit di kota-kota besar di Indonesia termasuk Soeara Merdeka Bandung.

4. Zaman Orde Lama

Setelah Presiden Soekarno mengumumkan dekrit kembali ke UUD 1945 pada 1959, terdapat larangan kegiatan politik, termasuk pers. Persaratan mendapatkan SIT (Surat Izin Terbit) dan Surat Izin Cetak diperketat. Situasi seperti inilah dimanfaatkan oleh Partai Komunis Indonesia (PKI) yang pada saat itu menaruh perhatian kepada pers. PKI memanfaatkan para buruh termasuk karyawan surat kabar untuk melakukan apa yang dinamakan *Slowdown Strike*, yakni mogok secara halus. Pada masa inilah sering terjadi polemik antara surat kabar yang pro PKI dan yang anti PKI.

5. Zaman Orde Baru

Sejalan dengan tampilnya orde baru, surat kabar yang tadinya dipaksa mempunyai gentolan (berafiliasi) kembali mendapatkan kepribadiannya. Misalnya Kedaulatan Rakjat yang pada zaman orde lama harus berganti nama menjadi Dwikora, kembali pada nama semula. Demikian pula halnya dengan Pikiran Rakjat di Bandung. Tetapi, kemudian pemerintah memberikan ganjaran berupa pencabutan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) kepada sejumlah media cetak seperti Sinar Harapan, tabloid Monitor dan Detik, Majalah Tempo dan Editor.

6. Zaman Reformasi

Kejatuhan Presiden Soeharto pada 21 Mei 1988 silam, membawa aura baru bagi dunia pers. Berakhirnya orde baru mengalirkan kebebasan berekspresi, atau kebebasan pers. Pada saat itu media massa terutama media cetak tumbuh menjamur, mereka bersaing menarik pembaca dengan tampilan Desain *Lay-out* yang beragam. Pada masa pemerintahan Presiden B.J Habibie, menerapkan kebebasan pers yang liberal dengan memberikan kemudahan bagi siapapun untuk bisa memperoleh Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP). pada masa Pascareformasi, SIUPP akhirnya dihapuskan sejak saat itu, jumlah penerbitan pers di Indonesia membengkak drastis.

B. Karakteristik Surat Kabar

Karakteristik surat kabar sebagai media massa mencakup beberapa hal, karakteristik tersebut meliputi publisitas, periodesitas, universalitas, aktualitas dan terdokumentasikan. (Ardianto, Komala, dan Karlinah, 2007:112).

1. Publisitas

Menurut Effendy, (Ardianto,2007:112). Publisitas atau *publicity* adalah penyebaran kepada publik atau khalayak. Salah satu karakteristik komunikasi massa adalah pesan dapat diterima oleh sebanyak-banyaknya khalayak yang tersebar di berbagai tempat, karena pesan tersebut penting untuk diketahui umum, atau menarik bagi khalayak pada umumnya. Dengan demikian, semua aktivitas manusia yang menyangkut kepentingan umum atau menarik bagi kepentingan umum adalah layak untuk disebar luaskan. Pesan-pesan melalui surat kabar harus memenuhi karakteristik tersebut.

2. Periodesitas

Periodesitas merujuk pada keteraturan terbitnya, bisa harian, mingguan, atau dwi mingguan. Sifat periodesitas sangat penting dimiliki media massa khususnya surat kabar. Kebutuhan manusia akan informasi sama halnya dengan kebutuhan manusia akan makan, minum, dan pakaian. Setiap hari manusia selalu membutuhkan informasi. Bagi penerbit surat kabar, selama ada dana dan tenaga yang terampil, tidaklah sulit untuk menerbitkan surat kabar secara priodik. Selama ada kehidupan, selama itu pula surat kabar terbit.

3. Universalitas

Universalitas merujuk pada kesemestaan isinya, yang beraneka ragam dan dari seluruh dunia. Dengan demikian atau isi surat kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, pendidikan, keamanan dan lain-lain. Selain itu, lingkup kegiatannya bersifat lokal, regional, nasional, bahkan internasional. Jadi apabila ada penerbitan yang hanya memuat atau berisi salah satu aspek saja maka penerbitan tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai surat kabar.

4. Aktualitas

Aktualitas, menurut kata asalnya, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua istilah tersebut erat kaitannya dengan berita, karena definisi berita adalah laporan tercepat mengenai fakta-fakta atau opini yang penting atau menarik minat, atau kedua-duanya menurut sejumlah besar orang. (*News is the timely report of facts or opinion of either interest or importance, or both, to a considerable number of people*). Laporan tercepat merujuk pada kekinian atau terbaru dan masih hangat. Fakta dan peristiwa penting atau menarik tiap hari berganti dan perlu untuk dilaporkan. Hal ini dilakukan oleh surat kabar.

5. Terdokumentasikan

Dari berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalam bentuk berita atau artikel, dapat dipastikan ada beberapa diantaranya yang oleh pihak-pihak tertentu dianggap penting untuk diarsipkan atau dibuat untuk kliping. Misalnya karena berita tersebut berkaitan dengan intansinya, atau artikel itu

bermanfaat untuk menambah pengetahuannya. Kliping berita oleh sebuah instansi biasanya dilakukan oleh staf *Public Relations* untuk dipelajari dalam rangka menentukan kebijakan selanjutnya, karena berita tersebut dianggap sebagai masukan dari masyarakat (publik eksternal).

1.2.4.3 Tinjauan Umum Tentang *Headline* Foto Jurnalistik

A. Pengertian Foto Jurnalistik

Jurnalistik foto adalah foto yang bernilai atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu, dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin. Definisi ini menjelaskan bahwa ada pesan tertentu yang terkandung dalam foto tersebut sehingga layak untuk disiarkan kepada masyarakat. (Gani, dan Rizki, 2013:47).

Istilah foto jurnalistik pertama kali dipopulerkan oleh Prof. Clifron Edom, dalam bukunya *Photo Journalism Principles and Practices*. (Wijaya, 2014:7). Menurut Kobre “sebuah foto jurnalistik merupakan laporan yang mempergunakan kamera untuk menghasilkan bentuk visual. Seorang jurnalis foto hendaknya mampu menggabungkan antara keahlian membuat laporan investigasi dan membedakan dengan penulisan *feature*. Dengan demikian, Kobre menegaskan bahwa foto jurnalistik adalah pelaporan visual yang menginterpretasikan berita lebih baik dibanding tulisan. (Gani, dan Rizki, 2013:47).

Secara umum, foto jurnalistik merupakan gambar yang dihasilkan lewat proses fotografi untuk menyampaikan suatu pesan, informasi, cerita suatu peristiwa yang menarik bagi publik dan disebarluaskan lewat media massa. Foto jurnalistik memiliki karakteristik tertentu bila dibandingkan dengan fotografi tertentu. Secara sederhana, karakter foto jurnalistik sudah terlihat dari nilai berita yang ditampilkan di media massa.

B. *Headline* Foto Jurnalistik

Foto utama di halaman pertama surat kabar dikenal dengan foto *headline* karena sifatnya lebih utama dibandingkan dengan dengan foto-foto lainnya. (Wijaya, 2014:47-48). Foto *headline* adalah foto yang paling terpenting sebuah edisi karena ia dipilih dari sekian banyak foto yang masuk ke meja redaktur. Selain didasari pertimbangan untuk memenuhi pertimbangan pembaca dan memberikan informasi terbaik, pemilihan foto *headline* juga mempertimbangkan aspek komersial, yakni bagaimana membuat tampilan Koran yang menarik pembeli di tingkat eceran.

C. Fungsi Foto Jurnalistik

Pemuatan sebuah foto di media massa cetak tidak terlepas dari fungsi media cetak. Secara umum, fungsi foto jurnalistik di media cetak sejalan dengan fungsi pers, seperti yang disampaikan oleh Effendy. (Gani, dan Rizki, 2013:60). Yaitu untuk menyiarkan informasi, mendidik, menghibur, dan memengaruhi. Sementara, Thomas Elliot Barry dalam bukunya *Journalism an America an Introduction to The News Media* (Gani, dan Rizki,2013:61). menjelaskan lima fungsi dasar sebuah foto jurnalistik dalam sebuah surat kabar, yaitu:

1. *To communicate the news*, yaitu untuk mengomunikasikan berita. Foto seringkali memiliki arti yang sangat penting dalam menyampaikan berita secara keseluruhan. Dalam konteks ini, selain adanya penyampaian informasi melalui foto, foto tersebut juga harus dapat “berbicara” secara lebih komunikatif kepada pembaca dibandingkan berita tertulis. Karena adakalanya berita lebih bisa dimengerti oleh pembaca dengan mempergunakan foto dibanding hanya tulisan saja.
2. *To generate interest*, yakni untuk menimbulkan minat. Sepintas yang pertama kali terlihat dan diperhatikan pembaca sebelum membaca *headline* berita, biasanya adalah foto. Begitu melihat foto dan merasa tertarik untuk mengetahui lebih jauh, pembaca akan langsung melihat surat kabar tersebut.

3. *To give another dimension to a news worthy figure*, yakni untuk menonjolkan dimensi lain dari orang yang diberitakan. Berita mengenai seseorang bisa mempunyai makna lain ketika disertai dengan foto.
4. *To make a brief but important announcement*, yaitu menyingkat berita tanpa mengurangi arti dari berita
5. *To make a page attractive*, yakni penghias halaman media cetak sehingga menciptakan ciri tersendiri dari sebuah media cetak.

D. Karakteristik Foto Jurnalistik

Menurut Frank P. Hoy (Gani, dan Rizki, 2013:48). Terdapat delapan hal yang termasuk dalam karakteristik sebuah foto jurnalistik, yaitu :

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan jurnalis 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. Foto jurnalistik adalah perpaduan dari foto dan teks foto.
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia, manusia adalah subjek sekaligus pembaca foto jurnalistik

6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audiences*). Karena itu, pesan yang disampaikan harus singkat serta harus segera disampaikan kepada orang yang beraneka ragam.
7. Foto jurnalistik merupakan hasil kerja editor foto.
8. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesame, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers. (*freedom of speech and freedom of press*).

Mengacu pada beberapa hal tersebut, sebuah foto jurnalistik bukan sekedar foto yang di potret oleh siapa saja pada peristiwa apa saja. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan sehingga bisa disebut foto jurnalistik. Terutama pada unsur perpaduan antara foto dengan teks (keterangan foto) dan pemuatannya di dalam media massa.

E. Jenis foto jurnalistik

Menurut *world press photo foundation* atau badan foto jurnalistik dunia yang merupakan organisasi profit yang independen mengategorikan foto jurnalistik ke dalam sepuluh jenis. (Gani, dan Rizki, 2014:63-70).

1. Foto Berita (*Spot News*). Yakni, foto yang dibuat dari peristiwa tidak terduga yang diambil oleh fotografer langsung dari lokasi kejadian. Contoh : peristiwa kecelakaan, kebakaran, perkelahian atau perang, bencana alam (banjir, gempa bumi, tanah longsor, dan sebagainya).

2. Berita Umum (*General News*). Merupakan foto peristiwa yang terjadwal, rutin, dan biasa. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh sebuah instansi pemerintahan, instansi pendidikan, atau BUMN (Badan Usaha Milik Negara) seringkali menjadi objek yang layak diberitakan di surat kabar. Untuk mendukung dan mendokumentasikan isi pemberitaan tersebut, selalu melibatkan jurnalis foto. Contohnya : penganugerahan piagam, pembukaan pameran, pengguntingan pita dalam sebuah peresmian gedung, dan lain sebagainya.
3. Manusia Dalam Berita (*Peoples in the News*). Kategori ini merupakan foto tentang orang atau masyarakat dalam sebuah berita. Yang ditampilkan adalah sosok orang yang menjadi berita itu. Fokus foto bisa saja kelucuan tokoh tersebut, perjalanan kariernya, aktivitasnya, dan sebagainya. Menurut Alwi seperti yang dikutip buku ini, menjelaskan bahwa tokohnya bisa orang populer atau orang yang tidak populer kemudian menjadi populer. Contoh : Presiden dalam kampanye, kegiatan selebritas, serta korban banjir, dan lain sebagainya.
4. Kehidupan Sehari-hari (*Daily Life*). Foto kegiatan sehari-hari manusia dipandang dari segi manusiawinya (*human interest/foto feature*). Menurut Hadi seperti yang dikutip buku ini, jadi tujuan foto dengan tema ini adalah untuk menghibur para pembaca surat kabar, majalah berita politik, ekonomi, serta berita bencana alam dan kekerasan. Contoh : kehidupan pedagang di pasar, rutinitas nelayan, kegiatan sehari-hari.

5. Potret (*Portraits*). Foto yang menampilkan wajah seseorang secara close-up, mementingkan karakter dari objek yang difoto. Unsure utama yang diperhatikan dalam foto ini adalah kekhasan (ekspresi) wajah atau kekhasan lainnya dari objek yang difoto. Potret adalah jenis foto yang banyak dan bisa dihasilkan oleh siapa saja, apakah itu hasil memotret dirinya sendiri (narsis), keluarga, sahabat, teman, atau orang lain yang tidak dikenal. Contoh : ekspresi orang yang senang, terkejut, marah, hingga lucu.
6. Olahraga (*Sport Action*). Foto yang dibuat dari peristiwa olahraga, menampilkan gerakan dan ekspresi atlet dan hal lain yang menyangkut olahraga. Diperlukan kejelian dan kesabaran dari jurnalis foto untuk menangkap momen mengingot objeknya senantiasa bergerak. Akan lebih baik jika jurnalis foto “mengetahui” pengetahuan berbagai cabang olahraga, baik dari segi istilah, pemain, suasana lapangan, karakteristik penonton, dan sebagainya. Hal ini akan membantu jurnalis foto menentukan angle yang tepat. Contoh : lomba lari, yoga, pilates, gerak jalan, bulu tangkis, sepak bola.
7. Ilmu pengetahuan dan teknologi (*Science and Technology*). Foto yang diambil dari peristiwa yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Contoh : eksperimen ilmu dan teknologi, penemuan *micro chip* computer, uji coba alat baru.
8. Seni dan budaya (*Art and Culture*). Foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya. Bisa berupa profesi ataupun pementasan, misalnya

pertunjukan teater, pagelaran kesenian daerah, pertunjukan barongsai, ritual adat dari berbagai daerah.

9. Lingkungan sosial (*Social and Environment*). Foto tentang kehidupan sosial masyarakat dan lingkungan hidupnya. Contoh antara lain penduduk di sekitar bantaran Sungai, kehidupan pedagang di pasar terapung, serta kabut asap. Menurut Sugiarto, yang dikutip dalam buku ini, menjelaskan “area foto berita lingkungan ini dapat dipersempit, yaitu hanya dengan mengetengahkan segala peristiwa yang berhubungan dengan alam”.

F. Unsur Pendukung Nilai Foto Jurnalistik

Dalam konsep dasar penulisan berita, layak tidaknya sebuah peristiwa untuk diberitakan sangat bergantung pada nilai berita. Banyak versi nilai berita yang pada umumnya menjadi bagian dari pemberitaan tersebut. Berbagai nilai berita itupun sejatinya menjadi hal yang harus diperhatikan oleh jurnalis foto dalam membuat foto jurnalistik. Menurut Sumadiria (Gani, dan Rizki, 2014:49). Setidaknya ada sebelas unsure yang termasuk pada nilai berita, dan berbagai unsure ini mendukung nilai berita sebuah foto jurnalistik. Sebelas unsur ini meliputi :

1. Keluarbiasaan (*Unusualness*), unsur ini terkait dengan hal-hal yang tidak biasa, aneh atau unik. Biasanya hal ini bisa menggugah minat pembaca dan menarik perhatian banyak orang. Foto dalam nilai berita ini haruslah menjadi pendukung yang menguatkan pemberitaan. *Angle* (sudut

pandangan) pengambilan yang tepat dari seorang jurnalis semakin membuat berita tersebut menarik.

2. Kebaruan (*Newness*). Setiap hari *headline* foto bergantian, begitupun dengan foto yang menyertainya. Hal ini disebabkan oleh pembaca perlu mengetahui hal yang baru untuk memenuhi perubahan keadaan sehingga ia bisa menyesuaikan sendiri. Untuk itu seorang jurnalis foto harus jeli menangkap sesuatu yang baru dari sebuah peristiwa.
3. Akibat (*Impact*). Pada dasarnya berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Semakin besar dampak sosial, budaya, ekonomi, serta politik yang ditimbulkannya, semakin besar pula nilai berita yang dikandungnya.
4. Aktual (*Timelines*). Berita yang dimuat di media massa haruslah berorientasi kepada pembaca. Karena itu, nilai aktualitas menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi oleh sebuah berita. Konsep aktualitas ini bisa dalam arti sedang terjadi atau baru terjadi. Aktualitas menunjukkan sifat berita yang disiarkan berkaitan dengan waktu penyebaran berita dan terjadinya peristiwa. Menurut U. De Volder, (Gani, Rizki (2014:53). Mengatakan bahwa suatu berita akan memiliki nilai actual bila sedang terjadi, jarang terjadi, mempunyai hubungan dekat antara komunikator dan komunikannya, serta menarik perhatian.
5. Kedekatan (*Proximity*). Istilah ini menarik bila disampaikan melalui sebuah foto karena dengan melihat foto yang ditampilkan akan membantu

pembaca dalam mengingat kembali berbagai hal yang berkaitan dengan foto tersebut. dengan melihat apa yang ditampilkan foto di surat kabar, khalayak pembaca akan mengetahui *headline* berita tersebut. Membagi proximity berdasarkan unsur geografis, dan psikologis. Kedekatan geografis menunjukkan pada suatu peristiwa yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita, misalnya foto Gedung Sate menjadi menarik masyarakat Jawa Barat. Sedangkan, kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan, atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita. Contohnya, foto kegiatan para calon Gubernur mempunyai kedekatan psikologis dengan para pendukungnya.

6. Informasi (*Information*). Setiap berita pasti mengandung informasi, namun tidak semua informasi memiliki nilai berita. Berita yang dimuat dalam sebuah surat kabar biasanya telah melalui proses penyaringan. Berita yang memiliki nilai beritalah yang layak untuk diberitakan. Demikian pula dengan foto, termasuk selebar pas foto yang memberitakan seseorang. foto yang tidak masuk headline di surat kabar dengan rubric berbeda.
7. Konflik (*Conflict*). Berita tentang konflik selalu menarik untuk dimuat dalam surat kabar. Sumber beritanya tidak pernah habis, dari mulai konflik individu di ruang privat (misalkan konflik artis yang bercerai), konflik desa, partai, hingga konflik antar Negara semuanya memiliki nilai

berita. Foto seputar konflik juga memiliki nilai berita untuk menegaskan apa yang diberitakan.

8. Orang penting (*Prominence*). Unsure ini berkaitan dengan *public figure*, selebritas atau pesohor. Apa pun yang dilakukan oleh mereka selalu menjadi daya tarik untuk dikabarkan kepada masyarakat. Hal ini terkait dengan jargo ilmu jurnalistik “orang yang selalu membuat berita”.
9. Ketertarikan manusiawi (*Human Intrest*). Nilai berita ini erat dengan muatan manusiawi, ada yang menyebutnya dengan kekhasan atau unik. Foto yang termasuk kategori human intrest harus menggugah rasa manusiawi orang yang melihatnya.
10. Kejutan (*Suprising*). Nilai berita ini merupakan sesuatu yang tidak terduga, tiba-tiba, dan tidak direncanakan.kejutan bisa menunjukkan pada ucapan, dan perbuatan manusia. Bisa juga menyangkut pada binatang dan perubahan yang terjadi pada lingkungan alam dan benda mati. Foto Gayus Tambunan di Bali serta foto Afrianto salah seorang anggota DPR yang ketahuan sedang membuka situs porno pada sidang paripurna adalah dua contoh foto yang memenuhi criteria ini.
11. Seks (*Sex*). Masyarakat dikejutkan oleh foto skandal perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Kliton dengan Monica Lewinsky, beberapa tahun lalu, juga foto eksklusif foto mendiang Putri Diana dengan Dodi Alfayed yang sedang liburan di sebuah pulau. Foto-foto berikut memiliki

nilai berita yang berkaitan dengan seks. Seringkali identik dengan perselingkuhan, perilaku menyimpang, dan sebagainya.

1.2.4.4 Tinjauan Umum Tentang Tanda Nonverbal Foto Jurnalistik

Jika definisi harfiah komunikasi nonverbal adalah komunikasi tanpa bahasa atau komunikasi tanpa kata, maka tanda nonverbal berarti tanda minus bahasa atau tanda minus kata. Jadi secara sederhana, tanda nonverbal dapat diartikan semua tanda yang bukan kata-kata. (Sobur, 2013:122). Seperti halnya kata-kata, kebanyakan tanda-tanda nonverbal juga tidak universal.

Bagi orang Amerika, Misalnya, mempertemukan jempol dan telunjuk sehingga membentuk lingkaran dan menjarangkan jari-jari lainnya berarti “baik”. Tetapi bagi orang Brazil, ini merupakan isyarat jorok yang menjijikan. (Sobur, 2013:123). Banyak gerakan tangan kita ditentukan secara kultural. Jadi, isyarat tangan atau tanda gerakan tangan yang sama dapat memiliki arti yang berbeda bagi anggota budaya-budaya yang lain.

Mahrabian berpendapat bahwa 93 persen dari semua makna sosial dalam komunikasi tatap-muka diperoleh dari tanda-tanda nonverbal, sementara Birdwhistell memperkirakan bahwa 65 persen dari komunikasi semavim itu adalah nonverbal (Sobur, 2013:123). Selanjutnya, dalam hal mengaplikasikan semiotika pada tanda nonverbal, yang terutama penting diperhatikan adalah pemahaman tentang bidang nonverbal.

Menurut Budianto (Sobur, 2013:124). Menuturkan bahwa bidang nonverbal adalah suatu wilayah yang menekan pentingnya fenomena yang bersifat empiris, factual, atau kongkreat, tanpa ujaran-ujaran bahasa. Ini berarti bidang nonverbal berkaitan dengan benda kongkret, nyata, dan dapat dibuktikan melalui indera manusia. Pada dasarnya, aplikasi atau penerapan semiotika pada tanda nonverbal bertujuan untuk mencari dan menemukan makna yang terdapat pada benda-benda atau sesuatu yang bersifat nonverbal atau pencarian makna pada “meta-tanda nonverbal”.

1.2.4.5 Tinjauan Umum Tentang Semiologi dan Mitologi

Dalam definisi Saussure, semiologi merupakan “sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat” dan dengan demikian menjadi bagian dari disiplin psikologi sosial. Tujuannya adalah untuk menunjukkan bagaimana terbentuknya tanda-tanda beserta kaidah-kaidah yang mengaturnya. Sementara, istilah semiotika dan semiotik yang dimunculkan pada akhir abad ke-19 oleh filsuf aliran pragatik Amerika, Charles Sanders Peirce, merujuk kepada “doktrin formal tentang tanda-tanda”. Yang menjadi dasar semiotika adalah konsep tentang tanda: tak hanya bahasa dalam sistem komunikasi yang tersusunoleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiripun sejauh terkait dengan pikiran manusia seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas. Bahasa itu sendiri merupakan sistem yang paling fundamental bagi manusia, sedangkan tanda-tanda nonverbal seperti gerak-gerik, bentuk-bentuk pakaian, serta

beraneka praktik sosial konvensional lainnya, dapat dipandang sebagai sejenis bahasa yang tersusun dari tanda-tanda bermakna yang dikomunikasikan berdasarkan relasi-relasi. (Sobur, 2013: 13)

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebut sebagai 'mitos', dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Didalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda dan tanda, namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos adalah juga suatu sistem pemaknaan tataran ke-dua. Didalam mitos pula sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda. (Sobur,2013: 71)

Mitos, menurut Barthes adalah sebuah sistem komunikasi yang dengan demikian dia adalah sebuah pesan. Mitos kemudian tak mungkin dapat menjadi sebuah obyek, sebuah konsep, atau sebuah ide, karena mitos adalah sebuah metode penandaan yakni sebuah bentuk. Mitos sebagai bentuk tidak dibatasi oleh obyek pesannya, tetapi dengan cara apa mitos menuturkan pesan itu. Dengan demikian ada batas-batas formal dari mitos, tetapi tidak ada batasan yang "substansial". Sejarah manusia mengkonversikan realitas ke dalam tuturan dan manusia sendirilah yang menentukan hidup dan matinya bahasa mitos. Kuno atau tidak, mitologi hanya dapat memiliki sebuah landasan sejarah, yakni tipe tuturan yang terpilih dari sejarah, dan dia tak mungkin dapat berkembang dari "hakikat" benda-benda. (Kurniawan, 2001: 84)

Mitos adalah sistem komunikasi, sebab ia membawakan pesan. Maka itu, mitos bukanlah objek. Mitos bukan pula konsep ataupun suatu gagasan, melainkan suatu cara signifikasi, suatu bentuk. Lebih jauhnya lagi, mitos tidak ditentukan oleh objek ataupun materi (bahan) melainkan oleh cara mitos disampaikan. Mitos tidak hanya berupa pesan yang disampaikan dalam bentuk verbal (kata-kata lisan ataupun tulisan), namun juga dalam berbagai bentuk lain atau campuran antara bentuk lain atau campuran antara bentuk verbal dan nonverbal. Misalnya dalam bentuk film, lukisan, fotografi, iklan, komik. Semuanya dapat digunakan untuk menyampaikan pesan. (Sobur, 2013: 224)

1.2.4.6 Tinjauan Umum Tentang Berkomunikasi Dengan Simbol

Simbol adalah bentuk yang menandai sesuatu yang lain di luar perwujudan bentuk simbolik itu sendiri. Dalam konsep Pierce, (Dalam Sobur, 2013:156). Hubungan antara simbol sebagai penanda dengan sesuatu yang ditandakan (petanda) sifatnya konvensional. Berdasarkan konvensi itu pula masyarakat pemakainya menafsirkan ciri hubungan antara simbol dengan objek yang diacu dan menafsirkan maknanya.

Menurut James P. Spradley, simbol adalah objek atau peristiwa apapun yang menunjung pada sesuatu. Sedangkan menurut Wellek dan Waren, simbol adalah suatu istilah dengan logika, matematika, sematik, semiotik, dan epistemology. Simbol juga memiliki sejarah panjang di dunia teotologi, simbol adalah sebuah sinonim dari kepercayaan dibidang liturgy, dibidang seni rupa dan puisi. (Sobur, 2013:156).

Sedangkan, Dalam “bahasa” komunikasi, simbol seringkali diistilahkan sebagai lambang. Simbol atau lambang adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjukan sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan kelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal) perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama, misalnya memasang bendera halaman rumah untuk menyatakan penghormatan atau kecintaan pada negara. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (balik nyata maupun abstrak).

Dengan simbol-simbol itu pula manusia banyak bergantung. “prestasi-prestasi manusia,” kata alfred korzybski “bergantung pada penggunaan simbo-simbol”. (Sobur, 2013:156). Itu sebabnya Susanne k. Langer menyatakan keyakinannya bahwa “kebutuhan dasar ini, yang memang hanya ada pada manusia, adalah satu di antara kegiatan-kegiatan dasar manusia, seperti makna, melihat, dan bergerak. Ini adalah proses frundamental dari pikiran, dan berlangsung setiap waktu”. (Sobur, 2013:154)

1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena penelitian ini berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2010: 4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan

pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan.

Kirk dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. David Williams menulis bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah. Jelas definisi ini memberi gambaran bahwa penelitian kualitatif mengutamakan latar alamiah, metode alamiah dan dilakukan oleh orang yang mempunyai perhatian alamiah. Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Menurut Jane Richie penelitian kualitatif adalah upaya untuk meyakinkan dunia sosial dan perpektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi persoalan tentang manusia yang diteliti. (Moleong, 2010: 4-6)

Dari kajian tentang definisi-definisi tersebut dapatlah disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, tindakan, perilaku, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Moleong, 2010: 6)

Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah:

1. Konstruksi makna *headline* foto jurnalistik bencana alam Bandung bersifat subjektif dan majemuk.
2. Data bersifat emik yaitu berdasarkan sudut pandang analisis.
3. Peneliti harus menjadi bagian dari penganalisis.
4. Proses penarikan sampel bersifat purposif.

1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme

Konstruktivisme adalah salah satu filsafat yang menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana. Komunikasi dipahami, diatur dan dihidupkan oleh pernyataan-pernyataan yang bertujuan. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah tindakan penciptaan makna, yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jati diri sang pembicara. Oleh karena itu, analisis dapat dilakukan demi membongkar maksud dan makna-makna tertentu dari komunikasi. (Ardianto dan Q- Anees, 2007: 151)

Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif dengan interaksinya dengan dunia objek material. Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan. Dengan demikian dunia muncul dalam pengalaman manusia secara terorganisasi dan bermakna. Keberagaman pola konseptual/kognitif merupakan hasil dari lingkungan historis, kultural dan personal yang digali secara terus-menerus. (Ardianto dan Q- Anees, 2007: 151-152)

Bagi kaum konstruktivis, semesta adalah suatu konstruksi, artinya bahwa semesta bukan dimengerti sebagai semesta yang otonom, akan tetapi dikonstruksi secara sosial, dan karenanya plural. Kaum konstruktivis menganggap bahwa tidak ada makna yang mandiri, tidak ada deskripsi yang murni objektif. Pandangan konstruktivis mengakui adanya interaksi antara ilmuwan dengan fenomena yang dapat memayungi berbagai pendekatan atau paradigma dalam ilmu pengetahuan. (Ardianto dan Q- Anees, 2007: 152)

Bahasa bukan cerminan semesta akan tetapi sebaliknya bahasa berperan membentuk semesta. Setiap bahasa mengonstruksi aspek-aspek spesifik dari semesta dengan caranya sendiri (bahasa puisi/sastra, bahasa sehari-hari, bahasa ilmiah). Bahasa merupakan hasil kesepakatan sosial serta memiliki sifat yang tidak permanen, sehingga terbuka dan mengalami proses evolusi. Masalah kebenaran dalam konteks konstruktivis bukan lagi permasalahan fondasi atau representasi, melainkan masalah kesepakatan pada komunitas tertentu. (Ardianto dan Q- Anees, 2007: 152).

1.3.2 Pendekatan Penelitian Studi Analisis Semiotika

Sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial, semiotika memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan tanda. Dengan demikian, semiotika mempelajari hakikat keberadaan suatu tanda. Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, melainkan juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk memengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksinya. (Ardianto, 2014: 80)

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani, *semeion* yang berarti tanda. Tanda didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau *asklepiadik* dengan perhatian pada simtomatologi dan diagnostik inferensial. Selain istilah semiotika atau semiologi, dalam sejarah linguistik digunakan pula istilah lain, seperti semasiologi, sememik dan semik untuk merujuk pada bidang studi yang mempelajari makna atau arti dari suatu tanda atau lambang. (Ardianto, 2014: 81).

Istilah semiotika dan semiologi mengandung pengertian yang persis sama, walaupun penggunaan salah satu dari kedua istilah tersebut biasanya menunjukkan pemikiran pemakainya. Mereka yang bergabung dengan Pierce menggunakan istilah semiotika, dan mereka yang bergabung dengan Saussure menggunakan istilah

semiologi. Baik semiotika maupun semiologi, keduanya kurang lebih dapat saling menggantikan karena sama-sama digunakan untuk mengacu kepada ilmu tentang tanda. Satu-satunya perbedaan antara keduanya, menurut Hawkes adalah bahwa istilah semiologi biasanya digunakan di Eropa, sementara semiotika cenderung dipakai oleh mereka yang berbahasa Inggris. (Sobur, 2004: 12)

Dalam metode semiotika, dikenal istilah denotasi, konotasi dan mitos. Roland Barthes menggunakan istilah *first order of signification* untuk denotasi dan *second order of signification* untuk konotasi. Tatanan yang pertama mencakup penanda dan petanda yang berbentuk tanda. Tanda inilah yang disebut makna denotasi. Kemudian dari tanda tersebut muncul pemaknaan lain, sebuah konsep mental lain yang melekat pada tanda (yang kemudian dianggap sebagai penanda). Pemaknaan baru inilah yang kemudian menjadi konotasi. (Ardianto, 2014: 81)

Denotasi adalah interaksi antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) dalam tanda, dan antara *sign* dengan referensi dalam realitas eksternal. Denotasi dijelaskan sebagai makna sebuah tanda yang defisional, literal, jelas (mudah dilihat dan dipahami) atau *commonsense*. Dalam kasus tanda linguistik, makna denotatif adalah apa yang dijelaskan dalam kamus. Sedangkan konotasi adalah interaksi yang muncul ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca/pengguna dan nilai-nilai budaya mereka. Maknanya menjadi subjektif atau intersubjektif. Istilah konotasi merujuk pada tanda yang memiliki asosiasi sosiokultural dan personal. Tanda lebih terbuka dalam penafsirannya pada konotasi daripada denotasi. (Ardianto, 2014: 81)

Mitos muncul pada tatanan konsep mental suatu tanda. Mitos bisa dikatakan sebagai ideologi dominan pada waktu tertentu. Menurut Barthes, mitos adalah sebuah kisah (*a story*) yang melaluinya sebuah budaya menjelaskan dan memahami beberapa aspek realitas. Mitos sebagai pelayanan terhadap kepentingan ideologi kaum borjuis. Claude LeviStraus, seorang antropolog strukturalis, menyebutkan bahwa satuan paling dasar pada mitos adalah *mytheme* seperti halnya *signeme*. *Mytheme* ini tidak bisa dilihat secara terpisah dari bagian lainnya pada suatu mitos. (Ardianto, 2014: 82)

Menurut Saussure, semiologi merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat dan dengan demikian, menjadi bagian dari disiplin psikologi sosial. Tujuannya adalah untuk menunjukkan bagaimana terbentuknya tanda-tanda beserta kaidah-kaidah yang mengaturnya. Dalam istilah semiotika, yang menjadi dasarnya adalah konsep tentang tanda: tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun, terkait dengan pikiran manusia, seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena, jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas. (Sobur, 2004: 12-13)

Menurut Lechte, semiotika adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana tanda-tanda (*signs*) dan berdasarkan pada sistem tanda (*sign system*). Cobley dan Jansz menyebut semiotika sebagai ilmu analisis tanda atau studi tentang bagaimana sistem penandaan berfungsi. Charles

Sanders Pierce mendefinisikan semiosis sebagai suatu hubungan di antara tanda, objek dan makna. (Sobur, 2004: 16)

Kajian semiotika sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Yang pertama menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi dan acuan (hal yang dibicarakan). Yang kedua memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. Pada jenis yang kedua, tidak dipersoalkan adanya tujuan berkomunikasi. Sebaliknya, yang diutamakan adalah segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan daripada proses komunikasinya. (Sobur, 2004: 15)

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau ide dan suatu tanda. Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum, studi tentang tanda merujuk kepada semiotika. (Sobur, 2004: 16)

1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:217), penentuan sampel atau informan dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum, karena

itu orang yang dijadikan sampel atau informan sebaiknya yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Orang yang menguasai atau memahami mengenai redaksional pemberitaan, terutama mengenai ketentuan *Headline* Foto Jurnalistik di Harian Umum Galamedia Bandung.
2. Orang yang sedang terlibat atau menjadi bagian dalam bidang redaksional khususnya bagian jurnalis foto di Harian Umum Galamedia Bandung
3. Mereka yang menjadi pembaca setia Harian Umum Galamedia Bandung.
4. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi berdasarkan hasil kemasannya sendiri.

Dalam penelitian ini peneliti menentukan informan dengan teknik *purposive sampling*, artinya dengan memilih narasumber yang benar-benar mengetahui kondisi internal dan eksternal mengenai Harian Umum Galamedia Bandung, sehingga mereka akan memberikan masukan secara tepat mengenai *Headline* Foto Jurnalistik Peristiwa Bencana Alam Bandung Pada Tahun 2015 di Harian Umum Galamedia.

1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap informan

Informan adalah orang yang dapat memberikan keterangan atau informasi mengenai masalah yang sedang diteliti dan dapat berperan sebagai narasumber selama proses penelitian (Ardianto, 2014: 61). Proses pendekatan terhadap informan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara sebagai berikut:

1. Pendekatan struktural, dimana peneliti melakukan kontak dengan salah satu jurnalis foto Harian Umum Galamedia guna memohon izin kesediaannya untuk diteliti. Berdasarkan pendekatan struktural ini, peneliti mendapatkan sejumlah nama jurnalis foto Harian Umum Galamedia Bandung yang akan dijadikan sebagai informan kunci. Selain itu juga peneliti diperkenankan memasuki ruangan pengolahan foto yang dipimpin oleh redaktur foto dan asisten redaktur foto.
2. Pendekatan personal (*rapport*), dimana peneliti berkenalan dengan bagian redaksi foto jurnalistik Harian Umum Galamedia Bandung yang akan dijadikan sebagai Informan Kunci.

1.3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.3.3.1 Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Harian Umum Galamedia yang berlokasi di Jalan Blk. Factory Asia Afrika Kota Bandung, karena foto *headline* jurnalistik mengenai bencana alam yang saya teliti ada pada Harian Umum tersebut.

1.3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu (6) Enam Bulan, terhitung dari Bulan Januari 2016 sampai dengan Juni 2016. Dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Jadwal Kegiatan Penelitian Tahun 2015 – 2016					
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Observasi Awal	X					
2.	Penyusunan Proposal Skripsi	X	X				
3.	Bimbingan Proposal Skripsi	X	X	X			
4.	Seminar Proposal Skripsi			X			
5.	Perbaikan Proposal Skripsi			X			
6.	Pelaksanaan Penelitian				X		
7.	Analisis Data				X		
8.	Penulisan Laporan					X	
9.	Konsultasi					X	
10.	Seminar Draft Skripsi						X
11.	Sidang Skripsi						X
12.	Perbaikan Skripsi						X

1.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data kualitatif pada penelitian ini menggunakan metode pengamatan yang umumnya digunakan dari tradisi kualitatif seperti wawancara bertahap dan mendalam (*in-depth interview*), observasi terlibat (nonpartisipan) dan dokumentasi.

1.3.4.1 Teknik Observasi Terlibat (Observasi Nonpartisipan)

Peneliti melakukan observasi nonpartisipan, yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap gejala-gejala yang diteliti, namun tidak turut serta dan terlibat langsung dalam proses kerja yang dilaksanakan. Secara teknik observasi *Structured or Controlled Observation*. (observasi yang direncanakan, terkontrol). Observasi ialah metode atau cara-cara yang menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung. Cara atau metode tersebut dapat juga dikatakan dengan menggunakan teknik dan alat-alat khusus seperti blangko-blanko, *checklist*, atau daftar isian yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Dengan demikian, secara garis besar observasi dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. *Structured or Controlled Observation* (observasi yang direncanakan, terkontrol).
2. *Unstructure or Informal Observation* (observasi informasi atau tidak terencanakan terlebih dahulu).

Pada *structured observation*, biasanya pengamat menggunakan blangko-blanko daftar isian yang tersusun, dan didalamnya telah tercantum aspek-aspek ataupun gejala-gejala apa saja yang perlu diperhatikan pada waktu pengamatan itu dilakukan. Adapun pada *unstructured observation*, pada umumnya pengamat belum atau tidak mengetahui sebelumnya apa yang sebenarnya harus dicatat dalam pengamatan itu. Aspek-aspek atau peristiwanya tidak terduga sebelumnya.

Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah tempat, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan. Peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

Bungin (2007:115) mengemukakan beberapa bentuk observasi yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur dan observasi kelompok tidak terstruktur.

- a. Observasi partisipasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan dimana peneliti benar-benar terlibat dalam keseharian informan.
- b. Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang dilakukan tanpa menggunakan *guide* observasi. Pada observasi ini, peneliti harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek.
- c. Observasi kelompok adalah observasi yang dilakukan secara berkelompok terhadap suatu atau beberapa objek sekaligus.

1.3.4.2 Wawancara Mendalam

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moleong, 2010: 186)

Wawancara mendalam (Bungin, 2007: 108) secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Wawancara mendalam ini dilakukan pada redaktur foto Galamedia, jurnalis foto, dan pembaca dalam memaknai simbol-simbol yang terdapat dalam *Headline* Foto Jurnalistik Peristiwa Bencana Alam Bandung.

1.3.4.3 Studi Kepustakaan

Metode dokumentasi adalah instrument pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data, metode observasi, kuisisioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Seperti dikatakan Linclon dan Guba, teknik kepustakaan adalah “teknik pengumpulan data sekunder, yaitu data yang diperoleh berdasarkan informasi dari penelitian sebelumnya, dan pelengkap atau dokumen yang berhubungan dengan judul

buku-buku yang relevan serta referensi yang mendukung penelitian tersebut”. (Dalam Meleong, 2007:216)

Teknik mengenai Studi Kepustakaan yaitu proses pengumpulan data yang dilakukan dengan beberapa cara diantaranya sebagai berikut:

1. Kajian Kepustakaan, yaitu dengan cara menelaah buku – buku, jurnal majalah, laporan-laporan, surat kabar, *press realease* dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.
2. Dokumen, yaitu catatan peristiwa yang sudah ada, bisa berbentuk tulisan, gambar, foto-foto, peraturan, kebijakan yang berkaitan dengan redaksional pengolahan foto jurnalistik dalam surat kabar Harian Umum Galamedia Bandung dimana teknik studi keputakaan ini untuk melengkapi data-data yang dihasilkan dari wawancara serta observasi, sehingga data satu sama lainnya saling menguatkan.
3. Internet, yaitu mengambil data-data berupa artikel dan data organisasi yang sedang diteliti, teknik ini diambil melalui alamat web, sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti, sehingga peneliti bisa mendapatkan data, yang nantinya akan melengkapi data-data yang telah dihasilkan oleh ketiga teknik pengumpulan data sebelumnya.

1.3.5 Teknik Analisis Data

Analisis adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Menurut Patton yang di kutip dari (Moleong, 2001: 103), analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.

Menurut Miles dan Huberman (Ardianto, 2010: 223) ada tiga jenis kegiatan dalam analisis data :

1. Reduksi

Reduksi bukan sesuatu yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Reduksi data terjadi secara berkelanjutan hingga laporan akhir. Sebagaimana pengumpulan data berproses, terdapat beberapa bagian selanjutnya dari reduksi data (membuat rangkuman, membuat tema-tema, membuat gugus-gugus, membuat pemisahan-pemisahan dan menulis memo-memo).

2. Model data (*data display*)

Kita mendefinisikan model sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif biasanya disajikan dalam bentuk teks naratif.

3. Penarikan/Verifikasi kesimpulan

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan proposisi-proposisi.

1.3.6 Validitas Data

Validitas Data atau Uji Keabsahan Data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji *credibility* (validitas interbal) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan. Uji keabsahan data tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Triangulasi, adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pebanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode, yaitu:
 - a. Triangulasi Data, data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan selain itu, juga dilakukan *cross*

check data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

- b. Triangulasi Metode, mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, seperti menggunakan teori Semiotika juga pada dasarnya adalah praktik triangulasi dalam penelitian ini. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah *Headline* Foto Jurnalistik Bencana Alam Bandung di Harian Umum Galamedia Edisi 14 November 2015.
2. Pengecekan Anggota, berarti peneliti mengumpulkan para peserta yang telah ikut menjadi sumber data dan mengecek kebenaran data dan interpretasinya, yang dicek dengan anggota yang terlibat meliputi data, kategori analitis, penafsiran dan kesimpulan. Para anggota yang terlibat yang mewakili rekan-rekan mereka dimanfaatkan untuk memberikan reaksi dari segi pandangan dan situasi mereka sendiri terhadap data yang telah diorganisasikan oleh peneliti. Pengecekan anggota dapat dilakukan baik secara formal maupun tidak formal. Pengecekan anggota dapat bermanfaat dalam hal-hal sebagai berikut:
 - a. Menyediakan kesempatan untuk mempelajari secara sengaja apa yang dimaksudkan oleh informan dengan jalan bertindak dan berlaku secara tertentu atau memberikan informasi tertentu.

- b. Memberikan kesempatan kepada informan untuk segera memperbaiki kesalahan dari data menantang suatu penafsiran yang barangkali salah.
- c. Memberikan kesempatan bagi informan agar dapat memberikan data tambahan karena dengan memberikan konsep tulisan peneliti, informan barangkali akan mengingat lagi hal-hal lain yang belum terpikirkan pada waktu yang lalu.
- d. Memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mencatat persetujuan atau keberatan informan sehingga, jika terjadi persoalan, misalnya keberatan dari pihak Informan, di kemudian hari dijadikan bukti tertulis yang dapat diandalkan.
- e. Memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengikhtisarkan hasil perolehan sementara yang memudahkannya untuk melangkah kepada analisis data.
- f. Memberikan kesempatan bagi informan untuk mengadakan penilaian terhadap keseluruhan kecukupan data secara menyeluruh dan mengeceknya dengan data dari pihak dirinya sendiri (Moleong, 2007 327-336).