

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Salah satu unsur terpenting dalam proses komunikasi adalah saluran atau media. Seorang komunikator dalam proses komunikasi menggunakan unsur media sebagai alat penyampai pesan kepada komunikan. Tujuannya antara lain untuk memudahkan proses pengiriman pesan agar komunikan dapat dengan mudah menerimanya. Diera digitalisasi ini, masyarakat sulit terpisah dengan informasi. Informasi dibutuhkan masyarakat demi memenuhi kebutuhan pengetahuan serta mengetahui situasi dan kondisi yang sedang terjadi di sekitar mereka. Media baru (internet) menjadi salah satu pilihan masyarakat luas demi melengkapi kebutuhannya akan informasi seiring dengan perkembangan zaman. Melalui media baru, masyarakat diberi kemudahan dalam pencarian informasi di mana saja mereka berada dan kapan saja mereka membutuhkannya.

Dengan pesatnya perkembangan dan persaingan di dunia informasi saat ini, media online telah menjadi salah satu media Informasi yang mulai mendapat banyak perhatian dan menjadi media favorit bagi seluruh lapisan masyarakat dalam pemenuhan sumber informasi karena sifat berita yang cepat, aktual dan berimbang secara *up to date*.

Berita yang cepat, aktual dan berimbang merupakan modal awal untuk sebuah kesuksesan setiap organisasi yang bergerak di media online, karena

dengan begitu sebuah media online tidak akan ditinggalkan begitu saja oleh peminatnya. Begitu pun dengan media online (*website*), yang dimana mereka selalu menyajikan berita-berita yang segar yang bisa memberikan informasi kepada masyarakat terutama dalam berita dunia olahraga untuk memenuhi kebutuhan informasi yang berkelanjutan.

Kelebihan dari media online karena sifatnya adalah mempunyai fungsi interaktif dalam arti informasi yang dipublikasikan selalu *up to date*, kejadian atau peristiwa yang terjadi di lapangan dapat langsung di *upload* ke dalam situs web media online ini, tanpa harus menunggu hitungan menit, jam atau hari, seperti yang terjadi pada media elektronik atau media cetak.

Charles Sander Pierce adalah salah satu tokoh yang mengembangkan pendekatan semiotika, menurut Pierce adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam teori segitiga makna (*triangle meaning*) yaitu :

**Ikon** : ikon adalah hubungan kemiripan atau kesamaan antara tanda dan acuannya. Ikon adalah tanda yang muncul dari perwakilan fisik. Misalnya, patung manga di Indramayu adalah ikon kota Indramayu, patung pangeran diponogoro adalah icon pangeran diponogoro, sedangkan gedung sate adalah ikon dari kota Bandung.

**Indeks** : yaitu tanda yang muncul dari hubungan sebab akibat. Istilah lain untuk indeks yaitu sinyal atau gejala. Misalnya, awan gelap sebagai tanda akan hujan.

**Symbol** : yaitu tanda yang muncul dari kesepakatan. Misalnya, lampu lalu lintas berwarna merah berarti kendaraan harus berhenti.

Foto Jurnalistik adalah suatu aktivitas dokumentasi pengambilan gambar dalam sebuah peliputan berita melalui sebuah foto dan teks yang memperkuat berita tersebut dan menyampaikan beragam bukti berupa visual atas suatu peristiwa yang terjadi di lapangan dalam sebuah media, fotografi jurnalistik mulai berkembang pada abad 19 setelah fotografi ditemukan seiring perkembangan teknologi.

Dalam foto jurnalistik terdapat jenis foto salah satunya foto olahraga (*Sport Photography*) yaitu foto yang dibuat dari peristiwa olahraga, baik olahraga tradisional maupun olahraga yang telah dikenal orang banyak. Foto olahraga adalah jenis foto yang menangkap aksi menarik dan spektakuler dalam even dan pertandingan olahraga. Selain aksi dalam pertandingan, Wijaya(2011:64) menjelaskan bahwa foto olahraga juga berupa emosi, kekonyolan, kesakitan (cedera), tangis, tawa, dan sorak sorai.

Pemberitaan dengan menggunakan unsur foto jurnalistik pada media online berperan untuk mempengaruhi para pembaca, agar keaktualan berita dapat dipercaya terhadap penegasan pengetahuan dari pengalaman yang telah diperoleh sebelumnya, member baru, menambah wawasan pengetahuan dan bentuk opini. Foto jurnalistik mampu merekam sesuatu secara cepat, objektif, hingga membuat cocok untuk menyajikan peristiwa yang mengandung berita dan informasi. Dengan foto jurnalistik maka isi dari berita biasa bisa tersirat terlebih dahulu jauh

lagi foto jurnalistik dapat menampilkan berbagai keadaan, lingkungan suasana, perasaan dan aksi secara lengkap akurat.

Foto Jurnalistik sangat dibutuhkan disebuah perusahaan atau organisasi terutama dalam sebuah media cetak, elektronik maupun online, karena keberadaan foto jurnalistik sebagai pengambil moment berupa gambar sebagai penguat suatu berita dengan menggabungkan foto dan kata (*caption*). Foto yang mempunyai peranan tersendiri dalam menyampaikan berita, selain sebagai gambaran atas sebuah peristiwa atau kejadian yang susah dijabarkan dengan kata-kata. Foto juga bisa menjadi pemikat bagi pembaca untuk membaca sebuah media online berupa *website*. Oleh karena itu keberadaan foto jurnalistik didalam media sangatlah dianggap penting karena peranannya tak terganti oleh penulis berita.

Foto jurnalistik sebagai salah satu teknik komunikasi visual yang dapat memberikan nilai *estetika* (keindahan) dan *artistic* (seni) harusnya juga memiliki aturan-aturan atau etika tersendiri dalam penerbitnya. Dan dalam proses penerbitan foto jurnalistik, setiap media online memiliki kebijakan atau parameter tersendiri. Setiap media massa memiliki aturan dan kebijakan yang mereka buat untuk mengatur tentang penerbitan foto jurnalistik tersebut.

Standar etika foto jurnalistk yang layak di muat telah tertera jelas dalam rumusan Pewarta Foto Indonesia (PFI) dan juga pada kode etik jurnalistik. Aturan tersebut dirancang guna mengatur pemuatan foto jurnalistik agar tidak melanggar dari kode etik Pewarta Foto Indonesia dalam setiap pemuatan atau publikasinya. Karena dalam pemuatan foto jurnalistik memiliki batasan-batasan yang jelas dan

ketat sehingga harusnya pers, dalam hal ini wartawan harus paham betul terhadap aturan-aturan tersebut. Kebebasan pers bukan diartikan sebagai pers yang sebebas-bebasnya namun terdapat aturan yang terkait didalam kebebasan pers tersebut, system pers yang Indonesia yang merujuk pada system pers tanggung jawab social juga secara tersirat menerangkan bahwa dalam setiap kegiatan atau pekerjaan harus mampu dipertanggung jawabkan dari sudut pandang diri sendiri dan masyarakat luas pada umumnya. Begitu pula pada media online suarabotoh.com dalam setiap penerbitan gambar pasti sudah dipertimbangkan dengan matang hal-hal yang sudah masuk dalam aturan penerbitan gambar menurut media online suarabotoh.com. Walaupun media online suarabotoh.com terbilang media baru dalam dunia pers namun media tersebut sangat mengikuti aturan yang ada pada kode etik Pewarta Foto Indonesia maupun kode etik jurnalistik itu sendiri.

Di mulai pada tahun 2010 yang bermula dari akun *twitter* @suarabotoh dan @persibonline yang giat dan *update* mengabarkan berita Persib dan menyuarakan aspirasi bobotoh, pada tahun 2013 muncul ide untuk membuat sebuah media *online* dengan konten 80% mengangkat berita-berita seputar Persib Bandung.

Maka pada tanggal 27 Juli 2013, diluncurkanlah *website* suarabotoh.com, dimana pada saat itu konten yang ada baru seputar artikel-artikel kiriman bobotoh dan profile komunitas bobotoh. Namun dengan keseriusan suarabotoh untuk menjadi media *online* dilanjutkan dengan penambahan konten seputar berita Persib Bandung yang di *update* setiap hari hingga saat ini. Seiring

dengan waktu dan perkembangan, untuk saat ini dan di masa yang akan datang, suarabobotoh.com akan berkomitmen untuk tetap menyajikan berita seputar Persib dan sepak bola nasional yang aktual dan berimbang secara *up to date*, dengan kemunculan media suarabobotoh.com sangat membantu kebutuhan informasi bagi para pecinta sepak bola khususnya bagi para supporter Persib Bandung.

Media suarabobotoh.com bisa dikatakan salah satu media yang baru bagi para penikmat informasi berupa berita seputar olahraga khususnya berita mengenai Persib Bandung, walaupun terbilang media baru namun suarabobotoh.com sangat mengikuti dan menaati kode etik jurnalistik bagi para wartawannya terutama dalam pengambilan dan publikasian foto jurnalistik.

Media online (*website*) suarabobotoh.com sangat diminati oleh pembaca baik di kota Bandung itu sendiri dan kota lainya yang memiliki kegemaran pada olahraga sepak bola terutama pada Persib Bandung. Bisa disimpulkan dari beberapa survey yang telah dijabarkan di atas, dalam hal ini suarabobotoh.com memang mendapat perhatian yang besar dari masyarakat Jawa Barat.

Merujuk pada pertimbangan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti hal apa yang menjadi sudut pandang suarabobotoh.com dalam penerbitan foto-fotonya. Apakah redaksi suarabobotoh.com juga memperhatikan sisi pemuatan gambar yang sudah ada atau tidak menghiraukan untuk menarik minat konsumen demi naiknya omset penjualan.

Peneliti ini dilakukan pada foto berita suarabobotoh.com edisi galeri foto persib juara, dengan sample 25 foto dalam album Persib Juara dan album Sambutan dan konvoi bobotoh di muat pada tanggal 9 dan 11 November 2014. Mengapa peneliti memilih suarabobotoh.com pada penelitiannya karena suarabobotoh.com merupakan media yang terbilang baru dalam dunia pers dan pada edisi galeri foto persib juara pada bulan November ini menjadi pilihan penelitian karena merupakan berita penting mengenai foto kemenangan persib Bandung terutama dalam sisi kode etik jurnalistik.

Berdasarkan pemaparan di atas maka peneliti tertarik untuk membahas atau mengajukan judul penelitian : **“ANALISIS SEMIOTIKA FOTO JURNALISTIK PADA MEDIA ONLINE SUARABOBOTOH.COM BANDUNG EDISI FOTO PERSIB JUARA 9 NOVEMBER 2014”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan hal di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana foto berita suarabobotoh.com edisi foto persib juara 9 November 2014 ditinjau dari kategori Etika Foto Jurnalistik?
2. Apa dasar-dasar yang digunakan suarabobotoh.com dalam pemuatan gambar atau foto berita ?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini secara keilmuan adalah :

1. Mengetahui apakah foto berita suarabobotoh.com edisi foto persib juara memenuhi standarisasi Etika Foto Jurnalistik.
2. Menganalisis kebijakan suarabobotoh.com dalam penerbitan foto jurnalistik.

#### **1.3.2 Kegunaan peneliti**

Kegunaan peneliti ini adalah :

1. Secara teoritis, diharapkan dapat memperkaya khazanah kajian etika foto jurnalistik yang layak dipublikasikan pada khalayak.
2. Secara praktisi, peneliti ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi media massa, tidak hanya suarabobotoh.com saja dimana peneliti melakukan penelitian, tetapi juga bagi media massa lain.

### **1.4 Kerangka Pemikiran**

#### **1.4.1 Teori Semiotika**

Secara etimologis semiotic berasal Dari kata Yunani *semeion* yang berarti penafsir tanda atau tanda dimana sesuatu dikenal. Semiotika adalah ilmu tentang tanda atau studi tentang bagaimana system penandaan fungsi. Semiotika ialah cabang ilmu dari filsafah yang mempelajari “tanda” dan biasa disebut filsafah penanda. Semiotika adalah teori dari analisis berbagai tanda dan pemaknaan. Secara umum, semiotika didefinisikan sebagai teori filsafat umum yang berkenaan dengan produksi tanda-tanda



dan simbol-simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi. Semiotik meliputi tanda-tanda visual dan verbal serta *tactile* dan *olfactory* (semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan bisa diterima oleh seluruh indra yang kita miliki) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis di setiap kegiatan dan perilaku manusia).

Dalam buku **Sobur Semiotika Komunikasi**. Menurut **Peirce** adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Dalam buku, semiotika mempunyai konsep dasar yaitu :

**Konsep tentang tanda-tanda : tak hanya bahasa dan system komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun-sejauh terkait dengan pikiran manusia-seluruhnya terdiri atas tanda-tanda, jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas (2003:13)**

Peneliti ini menggunakan pendekatan analisis semiotika dengan model teori segitiga makna (triangle meaning), dalam buku karangan **Sobur, Semiotika Komunikasi, Charles Sander Peirce**, yakni “**tanda (sign atau representament) adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang**” (2003:40-41). Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretant adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk oleh tanda.

Tanda pada penelitian ini adalah foto jurnalistik, sedangkan untuk objek yang dirujuk tanda adalah isi dari foto jurnalistik tersebut lalu interpretantnya yakni pemahaman masyarakat akan makna dari foto

tersebut. Hubungan ini saling mempengaruhi satu sama lain. Tanda menurut Peirce terdiri dari symbol (tanda yang muncul dari kesepakatan, ikon (tanda yang muncul dari perwakilan fisik) dan indeks (tanda yang muncul dari hubungan sebab akibat). Pemaknaan dari tanda dalam penelitian ini yaitu symbol, indeks dan ikon, yang akan menciptakan opini yang berbeda antara masyarakat.

#### 1.4.2 Foto Jurnalistik

Fotografi jurnalistik sebagai salah satu bentuk berita disebut media yang mempunyai peranan yang sangat penting sebagai deskripsi *non verbal*, merupakan hasil liputan yang dilakukan pewarta foto suatu media atau fotografer guna pemenuhan kebutuhan suatu media.

Menurut **Wilson** yang dikutip oleh **Alwi** dalam buku **Fotografi Jurnalistik** mengartikan foto jurnalistik sebagai :

**“Kombinasi dari kata dan gambar yang menghasilkan suatu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang dan sosial pembacanya.”(2004:3)**

Sementara menurut **Wijaya(2011:10)** yang di kutip oleh **Rita Gani** dalam buku **Foto Jurnalistik** mengartikan foto jurnalistik yaitu :

**“Foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu, dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin.”(2013:47)**

Dari kedua pengertian tersebut dapat dijabarkan bahwa fotografi jurnalistik merupakan laporan yang mempergunakan kamera untuk menghasilkan visual yang dikombinasikan dengan kata. Sebuah foto bisa

dikatakan sebagai foto jurnalistik apabila medium penyampaian berita tersebut kepada khalayak dengan tujuan adanya satu kesatuan komunikasi.

Foto jurnalistik memiliki beberapa karakter yang mencirikannya. Karakter foto menurut **Hoy** yang di kutip **Rita Gani** dalam bukunya **Foto Jurnalistik** mengatakan karakter foto jurnalistik yaitu :

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto sebagai ekspresi oleh pewarta foto terhadap suatu obyek, 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.
3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
4. Foto jurnalistik adalah paduan teks dan foto.
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia, manusia adalah subyek, sekaligus pembaca berita.
6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audiences*).
7. Foto jurnalistik merupakan hasil kerja editor foto.
8. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesame, sesuai amendemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers (*freedom of speech and freedom of press*). (2013:48-49)

Dari berbagai karakteristik yang disebutkan diatas, menunjukkan bahwa foto dalam sebuah jurnalistik bukan foto biasa dari pribadi melainkan yang mempunyai pesan didalamnya bagi pembaca yang ingin disampaikan dari fotografer. Maka dari itu berita di media online (*website*) sering dipertegas melalui sebuah foto.

### 1.4.3 Kode Etik Pewarta Foto Indonesia (PFI)

Dalam menjalankan profesinya seorang jurnalis foto terikat dengan kode etik yang salah satunya dibuat oleh organisasi Pewarta Foto Indonesia (PFI). Kode etik tersebut disahkan pada Kongres II PFI 1 Desember 2007. Isi dari kode etik tersebut, sebagaimana dikutip **Wijaya (2011:136)** pada buku **Fotografi Jurnalisik** oleh **Rita Ganis** sebagai berikut :

1. **Jurnalis menjunjung tinggi hak masyarakat untuk memperoleh informasi visual dalam karya foto jurnalistik yang jujur dan bertanggung jawab.**
2. **Jurnalis dalam menjalankan tugasnya harus mendahulukan kepentingan umum untuk mendapat informasi visual.**
3. **Jurnalis adalah insan professional yang mandiri dan independen.**
4. **Jurnalis tidak memanfaatkan profesinya diluar kepentingan jurnalistik.**
5. **Jurnalis menghargai hak cipta setiap karya foto jurnalistik dengan mencantumkan akreditasi yang sesungguhnya.**
6. **Jurnalis menjunjung tinggi kepentingan umum dengan tidak mengabaikan kehidupan pribadi sumber berita.**
7. **Jurnalis menjunjung tinggi asas praduga tak bersalah.**
8. **Jurnalis tidak menerima suap dalam segala perwujudannya.**
9. **Jurnalis menempuh cara yang etnis untuk memperbolehkan bahan pemberitaan.**
10. **Jurnalis menghindari visualisasi yang menggambarkan dan mengesankan sikap kebencian, merendahkan, diskriminasi terhadap ras, suku bangsa, agama dan golongan**
11. **Jurnalis melindungi kehormatan pihak korban kejahatan asusila dan pelaku criminal di bawah umur.**
12. **Jurnalis menghindari fitnah dan pencemaran nama baik dan berita foto yang menyesatkan.**

- 13. Jurnalis tidak memanipulasi sehingga mengaburkan fakta.**
- 14. Hal yang lain yang berkaitan dengan kasus-kasus tertentu menyangkut kode etik jurnalistik Indonesia akan dikonsultasikan dengan dewan penasehat dan komisi etiaka (2013:159-160)**

#### **1.4.4 Etika Pemuatan Gambar**

Foto jurnalistik dalam penerbitanya bukan tidak memiliki aturan yang mengikatnya, aturan mengenai foto jurnalistik di Indonesia ada pada kode etik yang disebut kode etik jurnalistik dan juga telah tertera di kode etik Pewarta Foto Indonesia (PFI). Aturan tentang pemuatan gambar dan etikanya juga ada dalam kode etik jurnalis Televisi Indonesia, kode etik wartawan Indonesia, keputusan KPI. Ada tiga faktor penting yang menjadi pegangan dasar bagi para jurnalistik dan redaksi media massa cetak maupun elektronik yang dirumuskan oleh pewarta foto Indonesia (PFI) yaitu :

- a. Manfaat, dalam arti harus mempertimbangkan bahwa harus memilih yang terbaik untuk orang banyak.**
- b. Mutlak seseorang wartawan foto harus mengambil gambar apabila memang foto tersebut harus disiarkan agar masyarakat tahu peristiwa sebenarnya.**
- c. Gabungan manfaat dan mutlak.**

Dalam setiap media pers sebenarnya harus memiliki kebijakan masing-masing dalam etika pemuatan gambar atau foto jurnalistik. Foto jurnalistik adalah sebuah produk yang dihasilkan dari seorang jurnalis atau dari bagian dunia jurnalistik yang menggunakan bahasa visual atau melalui sebuah gambar (foto) untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dan tidak keluar dari kode etik jurnalistik yang sudah ada. Dalam foto jurnalistik ada etika yang harus selalu dijunjung tinggi, ada pesan dan berita yang ingin disampaikan, ada batasan-batasan yang tidak boleh dilanggar, dan ada momentum yang harus ditampilkan dalam sebuah foto. Dan tidak lupa hal yang terpenting dari foto jurnalistik adalah nilai-nilai kejujuran yang selalu didasarkan pada fakta objektif semata.

Namun bukan hal yang jarang terjadi pelanggaran tentang pemuatan atau publikasian foto jurnalistik di media online maupun media lainnya. Terkadang pihak pers hanya melihat dari segi keuntungan dan naiknya media tersebut tanpa melihat dan memperhatikan sisi etika dan pendidikannya, terutama dalam media online yang dituntut ke *up to datenya* untuk menginformasikan berita yang secara cepat. Seperti terbitnya foto jurnalistik atau sebuah foto berita yang memperlihatkan sisi kekeeran yang sudah melanggar kode etik baik dalam Pewarta Foto Indonesia atau etika pemuatan gambar.

Perilaku yang melanggar ini yang membuat masyarakat resah dan banyak juga yang ternyata menjadi terpengaruh atas foto-foto yang seharusnya tidak dimuat karena opini pada masyarakat akan berbeda

dengan opini yang diciptakan oleh sebuah media. Karena cara pandang setiap masyarakat berbeda tergantung dari beberapa hal yakni status sosial, pendidikan, pekerjaan dan umur.

Adapun kategori-kategori foto jurnalistik yang beretika dalam penelitian ini berdasarkan rumusan PFI, yaitu :

**1. Norma kesopanan, bahwa foto jurnalistik harus mencerminkan, mengindahkan nilai dan norma sosial yang ada dalam masyarakat, sehingga foto yang disajikan adalah yang memenuhi norma kesopnan, kepantasan dan tidak membuat pembaca merasa terganggu dan rishi.**

**2. Pedoman etika foto jurnalistik, yaitu meliputi :**

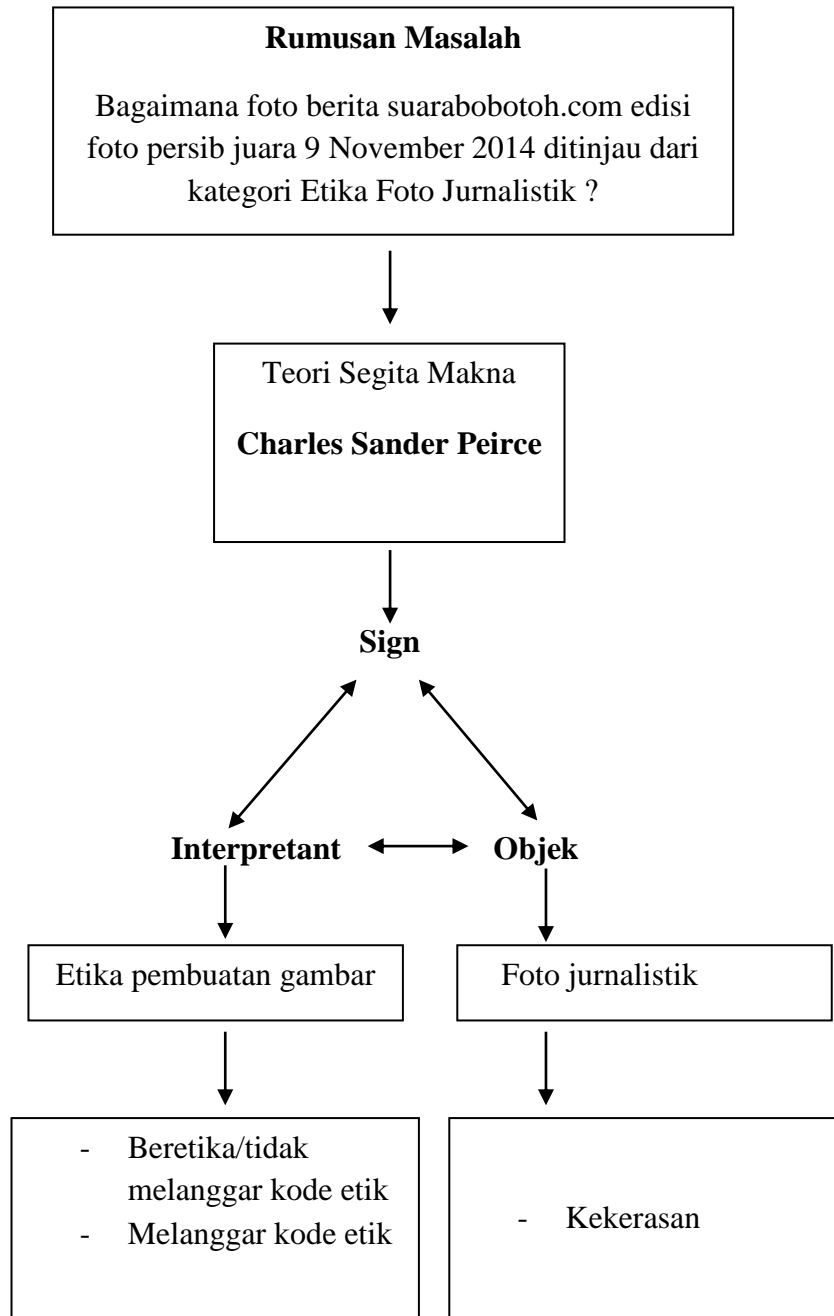
- a. Ganguan atas pengambilan foto dimana hak privasi seseorang memang diperlukan.
- b. Penggunaan foto untuk kepentingan produk tertentu tanpa persetujuan, sepihak, sehingga menyebabkan seseorang terlihat buruk.
- c. Pengambilan foto yang memang terjadi tetapi foto bersifat pribadi dan memalukan seseorang.

Pemaknaan dalam penelitian ini menggunakan tipologi tanda Peirce atau teori segitiga makna peirce yang antara lain :

1. **Ikon** : ikon adalah hubungan kemiripan atau kesamaan antara tanda dan acuanya. Ikon adalah tanda yang muncul dari perwakilan fisik. Misalnya, patung manga di Indramayu adalah ikon kota Indramayu, patung pangeran diponogoro adalah ikon pangeran diponogoro, sedangkan gedung sate adalah ikon dari kota Bandung.
2. **Indeks** : yaitu tanda yang muncul dari hubungan sebab akibat. Istilah lain untuk indeks yaitu sinyal atau gejala. Misalnya, awan gelap sebagai tanda akan hujan.
3. **Symbol** : yaitu tanda yang muncul dari kesepakatan. Misalnya, lampu lalu lintas berwarna merah berarti kendaraan harus berhenti.



**Gambar 1.1**  
**Kerangka pemikiran**



*Sumber (semiotika komunikasi: sobur 2006)*