

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, kehadiran unggahan foto dalam media massa memiliki nilai tersendiri dalam mengonstruksikan sebuah peristiwa. Foto dapat dianggap juga sebagai sebuah pesan yang efektif dan penuh dengan makna dalam mentransmisikan pesan kepada khalayak khususnya yang melihat atau mengetahui akan fenomena apa saja yang masih belum terselesaikan dan sedang terjadi dalam lingkup sosial. Bahasa foto juga bersifat visual karena lebih mudah untuk dipahami oleh semua khalayak yang dapat melihat dibandingkan dengan bahasa verbal.

Dalam penyebarannya, foto jurnalistik tidak hanya dilakukan oleh sendiri, setiap unggahan foto jurnalistik tentu meliputi isi berita dan *caption*. Secara singkat, yang dimaksud isi berita adalah pesan yang diberikan kepada publik dan juga pembaca mengenai setiap informasi yang bagikan. Sebelum melakukan unggahan tentunya unggahan terlebih dahulu akan dirancang dan disesuaikan judul, terkadang diperkuat juga dengan subjudul. Sedangkan yang dimaksud dengan *caption* adalah pesan pendek yang memberi penjelasan singkat mengenai peristiwa pada foto yang diunggah.

Foto dalam hal ini mengutamakan aspek visual sehingga memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi dari pada komunikasi suara, teks, dan komunikasi verbal. Barthes menyebutkan sejak tahun 1960-an. Barthes sempat meragukan masa depan pergeseran itu, namun pada tahun 1980-an, Barthes merasa yakin bahwa budaya gambar tidak dapat dielakkan. Masa kini berubah menjadi dominasi gambar

(foto). *Positioning*, kompetisi, dan tuntutan pasar mengharuskan media masa tampil lewat komunikasi yang lebih memikat. Jika fungsi bahasa adalah representatif (menghadirkan) yang terbatas, munculnya foto harus mendapatkan perhatian yang serius karena fotomempunyai kemampuan representatif yang lebih sempurna.

Penempatan foto dalam suatu unggahan media massa tidak hanya memperhatikan tata letak, namun hal-hal yang memiliki kaitan juga dengan desain halaman (*lay out*), grafis dan ukuran foto. Maka dari itu, foto-foto yang dipilih akan disesuaikan dengan kebutuhan dan pemakaian. Kecenderungan pembacamelihat informasi lebih dulu tentu saja dari halaman paling atas. Untuk membuat suatu konten agar menjadi menarik dan dikunjungi oleh banyak orang, headline harus dibuat sebgus mungkin. Jika tidak menarik, kemungkinan besar pengunjung tidak akan membacanya.

Sebagai salah satu bentuk media massa, Bandung *Thrift Weekend* hadir dengan menumbuhkan budaya yang menjadi baru dalam lingkup masyarakat, foto-foto yang diunggah dalam *Instagram* menjadi bukti nyata akan hasil kerja jurnalistik yang juga berperan untuk mempresentasikan suatu budaya atau gambaran realitas dari suatu masyarakat. Bandung Thrift Weekend merupakan suatu organisasi yang bergerak dalam bidang gaya busana dengan memberikan bentuk pelayanan yang dimana mengadakan acara pakaian bekas bagi yang menyukai, penyebaran organisasi dilakukan melalui komunikasi antar komunitas thrift dan penyukanya adapun dengan mengadakan suatu acara yang disebarkan melalu media massa secara luas.

Akun *Instagram* bernama *Bandung Thrift Weekend* yang berdiri pada tahun 2020 dan menjadi viral bagi masyarakat Kota Bandung karena hampir setiap seller atau penjualnya menyediakan kebutuhan gaya berpakaian bagi masyarakat Kota Bandung, bahkan penyukanya mulai dari anak-anak hingga dewasa, *Bandung Thrift Weekend* telah melakukan lebih dari lima kali hingga tahun ini, acaranya biasanya dilakukan di salah satu kedai kopi yaitu *Critical 11*. Beberapa unggahan foto yang bersifat jurnalistik dan mampu menarik masyarakat maya untuk berkunjung.

Fenomena tersebut juga sudah sering ada di media sosial terutama pada media *Instagram*, beberapa akun mengunggah aktivitas *thrift* ataupun *event-event* yang berkonsep dengan pakaian bekas, edukasi tersebut bermula muncul pada unggahan *Urban Sneakers Society* yang merupakan *platform* mengenai *fashion* dan suka mengadakan acara-acara pakaian bermerek bagi masyarakat, bagi masyarakat yang menyukai *fashionable* tentu akun tersebut menjadi referensi kekininan dalam penggunaan pakaian, awal mula muncul edukasi tersebut pada tahun 2019. *USS* berkolaborasi dengan *Sean Wotherspoon* beliau merupakan seorang seniman yang namanya melambung berkat kolaborasi dengan *nike* pada *event nike air anniversary* dan memiliki akun *Thrift Shop* yang berlokasi di USA dengan nama *Roundtwo*.

Berdasarkan hal tersebut merubah budaya masyarakat yang awalnya didominasi menyukai produk lokal berubah menjadi menyukai produk luar, ada juga beberapa akun yang mewadahi para seller dan pecinta barang *Thrift* di Indonesia dengan nama akun *Urban Sneakers Society*, akun tersebut memudahkan masyarakat dalam mencari merek produk atau gaya berpakaian yang mereka sukai,

dalam satu tahun kebelakang banyak sekali Kota-Kota di Indonesia yang mewadahi masyarakat untuk mengenal *Thrift* lebih dekat melau *event*.



**Gambar 1.1**  
**Unggahan Instagram Bandung *Thrift Weekend***

Gambar tersebut salah satu unggahan media *Instagram* Bandung *Thrift Weekend* (BTW) yang pada saat mengadakan acara di hari pertama dengan memberikan setiap simpulan foto kegiatan dan keseruan, Bambang Karyadi (2017) menyebutkan bahwa foto jurnalistik adalah hasil karya fotografi yang digunakan untuk kepentingan pers atau penyaluran informasi. Foto jurnalistik harus diberikan *caption* atau tulisan yang menerangkan isi foto sebagai bagian dari penyajiannya, supaya khalayak lebih mudah menangkap dan memahami peristiwa dalam foto. Hasil karya foto jurnalistik memang tidak selalu bisa menggambarkan secara detail keterangan verbal yang diperoleh wartawan di lapangan. Namun, dengan kemampuan visualisasi, hasil foto jurnalistik bisa memberi pemaknaan berbeda dalam penyajiannya.

Maka dapat dikatakan unggahan tersebut memaknai informasi akan suatu peristiwa yang sedang terjadi sehingga secara bersamaan menjadi budaya tersendiri

melalui informasi visualisasi untuk mengajak masyarakat yang melihat serta berkunjung dan sama-sama menggunakan gaya busana bersifat *Thrifting*.

Faktor utama dalam penelitian ini dimana bagaimana suatu nilai budaya dalam foto jurnalistik, terutama foto *headline* dapat diketahui pemaknaannya secara menyeluruh, tidak semua nilai yang ingin disampaikan melalui foto dapat dengan mudah dipahami oleh khalayak awam. Maka penulis akan mencoba meneliti sekaligus menginterpretasikan nilai dalam suatu foto jurnalistik agar dapat membuka wacana kita tentang apresiasi fotografi, khususnya fotografi jurnalistik.

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui nilai budaya yang terkandung dalam foto-foto unggahan Bandung *Thrift Weekend*, baik secara tersurat maupun tersirat. Pemaknaan dilakukan dari tanda-tanda yang muncul dari foto menggunakan pendekatan semiotika. Analisis semiotika merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang terdapat pada suatu lambang-lambang pesan atau teks. Dengan kata lain pemaknaan terhadap lambang-lambang dalam tekslah yang menjadi pusat perhatian analisis semiotika.

Tanda-tanda yang terdapat dalam foto-foto jurnalistik dalam unggahan Bandung *Thrift Weekedn* tersebut akan dikaji lebih dalamlagi sehingga didapat pemaknaan yang menyeluruh. Kajian mengenai semiotika ini akan dikaji melalui teori Roland Barthes. Dalam penelitian ini, proses pemaknaan terhadap tanda- tanda yang terdapat dalam foto-foto jurnalistik dalam unggahan Bandung *Thrift Weekend* akan dilakukan dengan cara memberi perhatian pada makna denotatif dan konotatif.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian

dengan analisis semiotika Roland Barthes pada media *Instagram Bandung Thrift Weekend*, karena unggahannya dapat merubah stigma masyarakat mengenai cara berpakaian mereka dan menjadi nilai budaya serta ciri khas tersendiri bagi *culture* Kota Bandung yang tetap menjaga eksistensi mereka sebagai Kota *Fashion* terbaik di Indonesia.

Dari uraian yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka penelitian ini akan dilakukan lebih dengan berfokus pada keilmuan jurnalistik dengan fenomena budaya dengan tema judul **“Nilai Budaya Dalam Foto Jurnalistik”**

## **1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Dalam uraian yang telah dikemukakan oleh peneliti maka fokus penelitian ini mengenai **“Nilai Budaya Dalam Foto Jurnalistik”**.

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka secara terinci, permasalahan yang akan dikaji dalam penulisan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa makna denotasi pada Foto Dalam Instagram Bandung *Thrift Weekend*?
2. Apa makna konotasi pada Foto Dalam Instagram Bandung *Thrift Weekend*?
3. Apa makna mitos pada Foto Dalam Instagram Bandung *Thrift Weekend*?
4. Nilai budaya apa yang terdapat pada Foto Dalam Instagram Bandung *Thrift Weekend*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini untuk memperoleh jawaban dari setiap pertanyaan yang sudah di uraikan oleh peneliti dengan spesifik sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui makna denotasi pada Foto Dalam *Instagram* Bandung *Thrift Weekend*.
2. Untuk mengetahui makna konotasi pada Foto Dalam *Instagram* Bandung *Thrift Weekend*.
3. Untuk mengetahui makna mitos pada Foto Dalam *Instagram* Bandung *Thrift Weekend*.
4. Untuk mengetahui Nilai budaya apa yang terdapat pada Foto Dalam *Instagram* Bandung *Thrift Weekend*.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Berdasarkan uraian penelitian yang telah diuraikan, maka terdapat kegunaan pada penelitian ini secara teoritis sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan sebagai sumbangan pemikiran di Bandung *Thrift Weekend*.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, dalam melengkapi kepustakaan agar lebih sempurna kembali dan sebagai bahan informasi.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Berdasarkan uraian penelitian yang telah diuraikan, maka terdapat kegunaan pada penelitian ini secara praktis sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada masyarakat khususnya mengenai nilai budaya, analisis semiotika dan jurnalistik.
2. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kembali nilai budayadunia *fashion* khususnya pada sektor *thrift shop*.