

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan tinjauan terhadap beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan tema. Hal ini bertujuan untuk melihat apa saja yang sudah pernah diteliti oleh orang lain, sehingga peneliti dapat menemukan sisi kebaruan (novelty) dan perbedaan yang jelas dalam penelitian mengenai fotografi wisuda di Cianjur ini. Berikut beberapa penelitian terkait judul yang peneliti ambil:

1. Penelitian pertama berjudul **“Persepsi Fotografer Mengenai Dokumentasi Foto Pernikahan”** oleh Anggriawan Dwi Nugraha (2022) Universitas Pasundan, Bandung, dengan metode penelitian dan teori yang diambil adalah kualitatif dan teori persepsi dari Bernard Berelson, dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana sudut pandang para fotografer dalam memaknai profesi mereka sebagai fotografer momen pernikahan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa fotografer mempresepsikan dokumentasi pernikahan bukan sekedar sebagai aktivitas memotret atau bisnis semata, melainkan sebagai sebuah tanggung jawab moral untuk merekam emosi yang sakral. Persepsi fotografer terbentuk melalui pengalaman interaksi mereka dengan klien dan penguasaan teknis, yang pada akhirnya mempengaruhi kualitas emosional dari foto yang dihasilkan.
2. Penelitian kedua adalah sebuah artikel jurnal ilmiah yang berjudul **“Semiotika Fotografi pada Karya dalam Akun Instagram Guru Esdeh”**, yang disusun

oleh Rizki Ramadhan dan Maya Purnama Sari dan di publikasikan pada tahun 2022 dalam Jurnal Specta: Journal of Photography, Arts, and Media (Ramadhan & Sari, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui makna atau pesan yang ingin disampaikan oleh pemilik akun Instagram @guru_esdeh kepada para pengikutnya (followers). Penelitian ini membedah objek foto melalui dua pertandaan yaitu makna denotasi dan makna konotasi, dan melanjutkannya pada tahap analisis mitos untuk menemukan ideologi budaya yang tersembunyi di balik gambar tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah karya fotografer pada akun Instagram @guru_esdeh ini bukan sekedar dokumentasi visual saja, tetapi media komunikasi yang penuh makna. Secara denotatif, foto-foto tersebut merekam perilaku, budaya, dan kebiasaan masyarakat pedesaan. Secara konotatif, foto-foto tersebut dimaknai sebagai representasi dari nilai kesederhanaan dan kedamaian hidup yang jauh dari perkotaan. Lebih dalam lagi, penelitian ini menemukan adanya mitos atau pesan ideologis yang dibangun, yaitu mitos mengenai kebahagiaan yang bisa hadir dalam kesederhanaan serta nilai pantang menyerah yang disimbolkan melalui tokoh pewayangan.

3. Penelitian yang ketiga adalah sebuah artikel jurnal ilmiah berjudul **“Representasi Korban COVID-19 dalam Foto Jurnalistik di Instagram @joshirwandi”** (Wijayanti, 2020). Tujuan utamanya adalah untuk membedah bagaimana korban Covid-19 direpresentasikan melalui jurnalisme foto. Penelitian ini ingin mengetahui makna mendalam di balik foto viral jenazah terbungkus karya Joshua Irwandi di Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa foto jurnalistik ini berhasil mengubah ancaman menjadi terror yang nyata, yang dimana secara visual, jenazaha yang terbungkus plastik rapat merepresentasikan keterpisahan, kesendirian, dan kematian yang tragis tanpa didampingi keluarga.

4. Penelitian yang ke empat ini berjudul "Analisis Semiotika Fotografi Human Figure pada Foto Karya Mahasiswa Pendidikan Multimedia UPI" oleh Ajeng Nur Baetty dan Maya Purnama Sari pada tahun 2022 . Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif deskriptif melalui studi kepustakaan dokumentasi, dan teori semiotika (khususnya analisis denotasi dan konotasi dari Roland Barthes). Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pengarahan terhadap persepsi pelihat yang berbeda-beda terhadap suatu foto, sehingga makna konotasi dapat ditemukan dan foto dapat dibaca sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh fotografer.
5. Penelitian yang terakhir ini berjudul "Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Karya Fotografi Dalam Akun Instagram Oky Arisandi" yang ditulis oleh Natasha Vina Agustin dan dipublikasikan pada tahun 2025 (Agustin & Fotografi, 2025). Kajian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menjadikan teori semiotika strukturalis dari Roland Barthes sebagai kerangka analisis utamanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membongkar dan mengungkap berbagai lapisan makna tersembunyi yang direpresentasikan dalam karya fotografi bergenre human interest yang diunggah di platform Instagram

Berdasarkan analisis terhadap foto bertema perayaan Idul Fitri dan Hari Ibu, penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa sang fotografer secara terstruktur menyusun elemen-elemen visualnya untuk menyampaikan pesan komunikasi non-verbal yang mendalam. Perpaduan antara gestur subjek, tata cahaya yang dramatis, serta sudut pandang kamera dirancang bukan sekadar untuk merekam realitas, melainkan untuk merepresentasikan nilai kebersamaan keluarga, serta secara spesifik ditujukan untuk membangkitkan rasa nostalgia audiens terhadap memori kehidupan tradisional di pedesaan.

Adapun perbandingan dengan penelitian yang dikerjakan yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Review Penelitian Sejenis

Penelitian Sebelumnya	Persamaan	Perbedaan
Judul: Persepsi Fotografer Mengenai Dokumentasi Foto Pernikahan. Fokus: mengetahui dan menganalisis bagaimana sudut pandang para fotografer dalam memaknai profesi mereka sebagai	1. Tema Penelitian 2. Metode Penelitian	1. Fokus Penelitian 2. Objek Penelitian 3. Teori yang digunakan

fotografer momen pernikahan Metode Penelitian: Deskriptif Kualitatif Teori: Teori Persepsi dari Bernard Berelson		
Judul: Semiotika Fotografi pada Karya dalam Akun Instagram @guru_esdeh Fokus: Membedah objek foto melalui dua pertandaan yaitu makna denotasi dan makna konotasi, dan melanjutkannya pada tahap analisis mitos. Metode Penelitian: Deskriptif Kualitatif Teori: Teori Semiotika Roland Barthes.	1. Metode Penelitian 2. Teori yang digunakan 3. Media Instagram	1. Fokus Penelitian 2. Objek Penelitian 3. Subjek Penelitian
Judul: Representasi Korban COVID-19	1. Metode Penelitian	1. Fokus Penelitian 2. Objek Penelitian

dalam Foto Jurnalistik di Instragram @Joshirwandi Fokus: Menganalisis bagaimana representasi korban Covid-19 dihadirkan dalam karya foto jurnalistik Joshua Irwandi di Instragram untuk mengetahui makna di baliknya. Metode Penelitian: Deskriptif Kualitatif Teori: Teori Semiotika Roland Barthes	2. Media Instagram 3. Teori yang digunakan	3. Subjek Penelitian
Judul : Analisis Semiotika Fotografi Human Figure pada Foto Karya Mahasiswa Pendidikan Multimedia UPI Fokus : Menganalisis makna konotasi pada	1. Metode penelitian 2. Teori yang digunakan	1. Fokus Penelitian 2. Objek Penelitian 3. Subjek Penelitian

karya fotografi human figure Metode Penelitian : Kualitatif Deskriptif Teori : Semiotika Roland Barthes		
Judul : Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Karya Fotografi Dalam Akun Instagram Oky Arisandi. Fokus : Mengungkap makna tersembunyi yang terkandung pada karya foto bergenre human interest di akun Instagram Oky arisandi. Metode Penelitian : Pendekatan Kualitatif Deskriptif Teori : Teori Semiotika Roland Barthes	1. Metode Penelitian 2. Teori yang digunakan	1. Fokus penelitian 2. Objek penelitian 3. Subjek penelitian

2.1.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu model yang menggambarkan keterkaitan antara teori dengan berbagai faktor yang telah dikenali sebagai unsur penting dalam permasalahan yang diteliti.

2.1.2.1 Komunikasi Visual

2.1.2.1.3 Definisi Komunikasi Visual

Komunikasi Visual adalah proses penyampaian pesan atau informasi menggunakan media visual yang hanya bisa terbaca oleh indra penglihatan. Berbeda dengan komunikasi verbal, komunikasi verbal mengandalkan kata-kata, sedangkan komunikasi visual menggunakan bahasa rupa (gambar, warna, simbol) untuk menciptakan makna bagi penglihatnya. Pesan dalam komunikasi visual disampaikan menggunakan simbol-simbol visual seperti gambar, warna, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan tata letak untuk menciptakan makna tertentu bagi khalayak. Komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media pembentuk persepsi, emosi, dan interpretasi audiens terhadap pesan yang disampaikan (Nilnan, 2016).

Fotografi merupakan salah satu bentuk komunikasi visual yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Sebuah foto tidak hanya berfungsi sebagai alat dokumentasi, tetapi juga mampu menyampaikan pesan, emosi, serta nilai-nilai tertentu yang ingin ditunjukkan oleh pembuatnya. Melalui pemilihan sudut pengambilan gambar, pencahayaan, komposisi, hingga ekspresi subjek, seorang fotografer dapat membangun makna.

Komunikasi visual terlihat melalui berbagai elemen yang terdapat dalam foto. Penggunaan toga, atribut kelulusan, ekspresi bahagia, serta interaksi antar subjek dapat menjadi tanda visual yang merepresentasikan keberhasilan akademik dan perjalanan pendidikan yang telah ditempuh. Elemen-elemen tersebut tidak hanya menampilkan keadaan yang sebenarnya terjadi, tetapi juga mengandung pesan mengenai pencapaian, kebanggaan, dan harapan terhadap masa depan.

Foto yang diunggah ke Instagram juga menunjukkan bagaimana komunikasi visual berperan dalam membangun identitas diri di ruang digital. Melalui foto yang dibagikan, individu dapat menunjukkan pencapaian yang telah diraih sekaligus membentuk citra positif di hadapan audiens. Oleh karena itu, foto wisuda tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi momen kelulusan, tetapi juga menjadi media komunikasi yang menyampaikan berbagai makna sosial dan simbolik.

Menurut Pundra Rengga (2021), komunikasi visual adalah proses pertukaran pesan dari pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan) melalui saluran media yang menghasilkan umpan balik tertentu. Berdasarkan kedua pengertian tersebut, komunikasi visual dapat dipahami sebagai proses penyampaian serta penerimaan pesan sehingga menimbulkan respons tertentu. Komunikasi visual diartikan sebagai salah satu jenis pesan yang menggunakan indra penglihatan yang dimana dapat dimengerti oleh seseorang yang melihatnya.

Menurut Barry (2021) komunikasi visual merupakan topik yang mencakup berbagai aspek, yang membahas tentang bagaimana informasi dari luar diterima

oleh kita melalui indra penglihatan. Prosedur ini dapat mencakup pengenalan dasar seperti menemukan kunci atau dapat berupa struktur yang sangat kompleks dari berbagai faktor yang dimana tujuan atau sarana menjadi tidak terdeteksi.

Sudut pandang terhadap komunikasi visual digolongkan menjadi dua kategori, yaitu teknologi informasi dan bahasa. Dari segi teknologi informasi, komunikasi visual dipandang sebagai kegiatan penyampaian gagasan dengan menggunakan gambar, teks, simbol, dan sebagainya secara berurutan, dari suatu individu (A) ke individu lain (B). perspektif ini berasumsi bahwa informasi disampaikan dalam satu arah tanpa mempertimbangkan umpan balik. Di sisi lain, dari sudut pandang bahasa, komunikasi visual diartikan sebagai proses menciptakan dan menafsirkan makna dengan memanfaatkan bahasa.

Dalam komunikasi visual, terdapat berbagai unsur atau faktor yang membantu penyampaian pesan agar dapat dipahami dengan baik oleh penerimanya. Elemen-elemen ini meliputi:

a. Bentuk

Menurut Kusrianto (2009) bentuk adalah representasi suatu benda, misalnya lingkaran, elips, persegi panjang, segitiga, dan sebagainya. Dalam tahap pembuatan logo, bentuk memegang peranan penting karena bentuk geometris dapat berfungsi sebagai simbol yang memiliki makna emosional tertentu.

b. Warna

Warna mengandung arti dan kedudukan tersendiri bagi setiap individu yang mengamatinya. Oleh karena itu, warna mempunyai fungsi yang sangat penting

dalam kehidupan manusia. Kini, warna telah diterapkan sebagai tanda, simbol, dan berbagai cara berkomunikasi. Berbagai bidang seperti penyampaian informasi, dan komunikasi jarak jauh telah menggunakan warna sebagai simbol resmi yang mempunyai makna jelas sesuai dengan tujuannya.

c. Tata Letak

Menurut Rustan (2009) tata letak merupakan elemen desain pada suatu ruang tertentu untuk memperkuat tema atau pesan yang ingin disampaikan. Sementara menurut Hendi Hendratman (2015) menyatakan bahwa “Tata letak adalah suatu upaya menyusun atau menggabungkan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel) menjadi suatu media komunikasi visual yang efektif, estetis, dan menarik”.

d. Tipografi

Menurut (Krisbiantoro, 2021) tipografi merupakan suatu ilmu yang mempelajari detail seperti huruf yang mempunyai dua peran, yaitu sebagai fungsi keindahan dan fungsi penyampaian. Dalam peran keindahan, tipografi berperan mempercantik tampilan suatu pesan agar lebih menarik. Sedangkan dalam peran penyampaiannya, tipografi digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) dalam bentuk teks secara jelas dan akurat.

e. Ritme

Ritme dalam komunikasi visual merupakan pola teratur yang muncul dengan mengatur jarak antar unsur. Pola ritme ini dapat terdiri dari ritme garis, ritme

area warna, dan ritme bentuk yang membentuk suatu aliran visual yang terstruktur dalam sebuah desain.

Komunikasi visual adalah kemampuan untuk menyampaikan pesan atau informasi secara efisien melalui unsur-unsur visual yang dapat dilihat oleh mata. Menurut Lester (2014), komunikasi visual merupakan suatu langkah penyampaian ide dan informasi melalui bentuk kasat mata, meliputi simbol, tipografi, gambar, warna dan media digital. Hal ini menekankan bahwa keterampilan komunikasi visual bukan hanya sekedar keindahan, namun juga sejauh mana elemen visual mampu menyampaikan makna kepada penontonnya.

2.1.2.1.3 Prinsip Komunikasi Visual

Pada bidang komunikasi visual, visualisasi melalui media fotografi dipandang bukan hanya sebagai langkah untuk mendokumentasikan, tetapi juga sebagai proses dalam pertukaran makna. Untuk memastikan pesan visual dapat diterima, terdapat beberapa prinsip utama yang mendasari bagaimana pesan visual dipahami, di antaranya adalah:

a. Prinsip Representasi

Prinsip paling mendasar dalam komunikasi visual adalah representasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), representasi diartikan sebagai tindakan mewakili, situasi yang diwakili, atau hal yang sedang diwakili. Prinsip ini menyatakan bahwa sebuah foto atau ilustrasi tidak pernah muncul sebagai entitas yang tidak berpihak, tetapi hadir sebagai “perwakilan” dari suatu kebenaran atau gagasan yang ingin disampaikan oleh penciptanya.

Representasi berfungsi dengan mengubah objek nyata atau kejadian fisik menjadi format dua dimensi yang mengandung pesan tertentu. Dengan cara ini, realitas yang rumit dipermudah dan disusun sedemikian rupa sehingga ilustrasi tersebut dapat “berbicara” mewakili subjek aslinya kepada audiens yang lebih luas.

b. Prinsip Pertandaan

Prinsip kedua terkait dengan cara elemen-elemen visual dipahami sebagai sebuah tanda. Prinsip ini menjelaskan bahwa elemen-elemen visual bukanlah dekorasi yang kosong, melainkan bagian-bagian makna yang berfungsi dalam sebuah sistem, aturan, dan konvensi tertentu. Prinsip ini berupaya untuk menemukan makna tanda, termasuk aspek-aspek yang tersimpan di balik suatu tanda (teks, gambar, atau berita).

c. Prinsip Kontekstualitas

Makna yang terdapat dalam komunikasi visual tidak bersifat statis, tetapi bersifat dinamis tergantung pada situasinya. Prinsip ini menunjukkan bahwa sistem tanda sangat tergantung pada konteks dan cara penggunaan tanda. Artinya, sebuah gambar visual tidak bisa dipisahkan dari budaya, waktu dan lokasi di mana gambar tersebut dibuat dan dilihat. Struktur sosial dalam masyarakat memainkan peran penting dalam menentukan apakah sebuah gambar dianggap memiliki nilai tertentu atau membawa pesan moral tertentu.

d. Prinsip Persepsi dan Subjektivitas

Prinsip ini menyoroti pentingnya peran aktif dari pembaca atau audiens dalam proses komunikasi. Dalam komunikasi visual, peran seorang pengamat sangat menentukan karena mereka adalah pihak yang menentukan apakah pesan yang disampaikan melalui simbol dapat diterima oleh mereka. Prinsip ini mengakui adanya unsur subjektif, dimana perasaan, persepsi, dan pengalaman pribadi setiap individu dalam hidupnya memiliki pengaruh besar dalam memahami sebuah gambar.

2.1.2.1.3 Tujuan Komunikasi Visual

Menurut Anggraini dan Nathalia (2014:15) tujuan dari komunikasi visual adalah untuk memberi informasi, memengaruhi, hingga mengubah perilaku orang yang menerima pesan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Komunikasi visual bertujuan sebagai sarana penyampaian informasi dan instruksi yang pada dasarnya menunjukkan hubungan antara satu hal dengan hal lainnya dalam bentuk petunjuk, arah, posisi, dan skala. Informasi akan lebih bermanfaat jika disampaikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang sesuai, dalam bentuk yang mudah dipahami oleh masyarakat umum serta disajikan secara logis dan konsisten. Komunikasi visual juga berperan sebagai alat presentasi dan pemasaran, dengan fungsi untuk menyampaikan pesan, menarik perhatian melalui penglihatan, serta membuat pesan atau informasi yang disampaikan lebih mudah diingat dan diterima oleh masyarakat.

2.1.2.2 Fotografi

2.1.2.2.1 Definisi Fotografi

Fotografi berasal dari kata Yunani yaitu “fotos” yang berarti “cahaya” sedangkan “grafo” yang berarti “gambar. Fotografi adalah cara melukis/menulis

dengan memanfaatkan cahaya. Dalam pengertian umum, fotografi merujuk pada proses atau cara untuk menciptakan gambar atau foto dari suatu objek dengan menangkap pantulan cahaya yang mengenai objek itu pada media yang sensitif terhadap cahaya. Alat yang digunakan untuk menangkap cahaya ini adalah kamera, foto adalah hasil dari proses fotografi. Tanpa adanya cahaya, tidak mungkin menghasilkan sebuah foto (Apriadi Tamburaka, 2013, h 106)

Kegiatan memotret ini sangat tergantung pada adanya cahaya. Tanpa cahaya, tidak mungkin menghasilkan gambar. Dengan memahami karakteristik cahaya, tentunya lebih mudah untuk mengerti berbagai teknik dalam memotret. Saat ini, aktivitas fotografi tidak hanya dilakukan oleh segelintir orang, melainkan kini semua kalangan, usia, maupun jenis kelamin dapat terlibat. Dalam era sekarang, siapa saja dengan mudah mengambil gambar dengan biaya yang cukup terjangkau. Namun, dengan sedikit pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat, karya-karya fotografi yang dihasilkan bisa menjadi biasa saja karena kurang memperhatikan aspek cahaya, teknik pengambilan gambar, dan aturan-aturan yang penting untuk menciptakan foto yang berkualitas baik.

Fotografi merupakan kegiatan yang berkaitan dengan komunikasi, dan foto itu sendiri berfungsi sebagai sarana komunikasi. Yang dimaksud dengan komunikasi disini adalah interaksi antara fotografer dan orang yang mengamati hasil dari karya mereka. Setiap foto menyimpan pesan yang ingin diungkapkan oleh penciptanya. Selain berfungsi sebagai alat untuk mendokumentasikan dan menyebarluaskan informasi, foto juga dapat menjadi sumber hiburan yang mencerminkan perjalanan hidup seseorang (Apriadi, 2013, h 107).

Menurut Maynard, fotografi adalah ilmu atau seni yang menciptakan gambar melalui aktivitas penandaan pada suatu permukaan yang peka dengan bantuan cahaya. Proses penandaan ini melibatkan teknologi optik-kimia (dalam fotografi analog) atau optik-elektronik (dalam fotografi digital). Menurut Maynard, fotografi memiliki unsur-unsur seperti cahaya, metode penandaan, dan permukaan yang peka. Maynard berpedapat bahwa fotografi sebaiknya dilihat sebagai suatu proses (tahapan atau metode teknis), alih-alih hanya melihat hasilnya (foto sebagai produk). Ia menjelaskan bahwa akan lebih mudah memahami fotografi dari sudut pandang teknologinya, yaitu langkah-langkah atau prosedur teknis untuk menciptakan gambar. Bahkan, ia menegaskan bahwa yang dipatenkan oleh para penemu fotografi (seperti Talbot) bukanlah hasil foto, melainkan langkah-langkah atau metode fotografis (Setiawan & Bornok, 2015).

2.1.2.2.2 Elemen Estetika Fotografi

Estetika dalam bidang fotografi tidak hanya berkaitan dengan keindahan yang terlihat, tetapi merupakan suatu susunan visual yang dirancang untuk menciptakan makna. Dari sudut pandang komunikasi visual, setiap komponen estetika berperan sebagai penanda yang menyampaikan pesan khusus kepada penonton.

Setiap visual yang dibuat, mulai dari sudut pengambilan gambar, intensitas cahaya, hingga pemilihan warna berfungsi sebagai penanda (signifer) yang membawa pesan konotatif kepada audiens di media sosial. Berikut ini adalah elemen-elemen estetika fotografi yang menjadi fokus dalam penelitian ini:

1. Teknik Komposisi dan Sudut Pengambilan Gambar (*Angle of View*)

Menurut (Zakaria, 2023), komposisi dalam fotografi berkaitan dengan bagaimana seorang fotografer menata berbagai elemen visual dalam suatu gambar untuk membentuk sebuah komposisi yang indah dan signifikan. Sasaran utama dari komposisi adalah untuk menarik perhatian orang pada subjek utama atau pesan yang ingin disampaikan oleh fotografer, serta untuk menciptakan dampak yang mendalam atau emosional. Beberapa komposisi yang sering digunakan dalam fotografi meliputi:

- a. ***Rule of Thirds (Aturan Pertiga)***: Gambar terbagi menjadi 9 bagian dengan dua garis horizontal dan dua garis vertikal yang membentuk pola grid. Objek atau elemen utama diletakkan di sepanjang garis atau pada titik pertemuan garis-garis tersebut, yang membantu menghasilkan keseimbangan visual.
- b. ***Leading Lines (Garis pemandu)***: Garis-garis seperti jalan, sungai, pagar atau garis lainnya digunakan untuk mengarahkan mata pemirsa menuju subjek utama dalam foto.
- c. ***Framing (Pengapit)***: Menggunakan elemen-elemen di sekitar subjek untuk mengapitnya dan membuatnya menjadi pusat perhatian. Contohnya, pohon-pohon di sekitar pemandangan alam atau pintu yang mengapit seorang model.
- d. ***Symmetry and Balance (Simetri dan Keseimbangan)***: Menciptakan simetri atau keseimbangan dalam komposisi untuk memberikan tampilan yang harmonis. Ini bisa berarti mengambil foto dengan objek yang sama di kedua sisi gambar atau mengatur elemen-elemen sehingga berimbang secara visual.

- e. **Depth (Kedalaman)**: Menggunakan elemen-elemen seperti lapisan atau kontras warna untuk menciptakan kedalaman dalam foto, sehingga menciptakan kesan tiga dimensi.
- f. **Contrast (Kontras)**: Memanfaatkan perbedaan warna, cahaya, atau tekstur untuk memisahkan subjek dari latar belakang dan membuatnya lebih menonjol.
- g. **Minimalism (Minimalis)**: Mengurangi elemen-elemen yang tidak perlu dalam gambar untuk menyederhanakan komposisi dan memfokuskan perhatian pada subjek utama.
- h. **Point of View (Sudut Pandang)**: Memilih sudut pandang yang unik atau tidak biasa untuk menghasilkan komposisi yang menarik.
- i. **Foreground and Background (Latar Depan dan Latar Belakang)**: Memperhatikan elemen-elemen di latar depan dan latar belakang untuk memberikan kedalaman dan konteks pada foto.
- j. **Golden Ratio (Rasio Emas)**: Menggunakan rasio emas (1,618) sebagai pedoman dalam menempatkan elemen-elemen utama dalam gambar.

2. Pencahayaan (*lighting*)

Pencahayaan dalam fotografi adalah elemen krusial untuk menciptakan sebuah karya yang bernilai seni. Variasi cahaya akan membuat objek fotografi tampak berbeda. Oleh karena itu, arah dan sudut pencahayaan menjadi permainan cahaya yang disesuaikan dengan penempatan, sehingga setiap orientasi dan sudut cahaya memiliki makna yang unik terhadap objek. Inovasi dalam penggunaan cahaya akan menciptakan atmosfer dan arti khusus dalam sebuah karya foto (Calder 64).

Oleh karena itu, dalam membuat karya fotografi, sebaiknya fotografer memilih sumber cahaya yang paling optimal untuk menunjang ide karyanya, termasuk karya yang memanfaatkan cahaya buatan.

Menurut (Dari & Hingga, n.d.), ada beberapa teknik pencahayaan pada fotografi, diantaranya adalah:

a. Cahaya Depan (*Front Light*)

Menghasilkan foto yang relatif tanpa bayangan sehingga tercipta efek yang mengurangi tekstur objek yang ada pada foto. Sehingga objek yang kita foto tampak datar.

b. *Oval Light*

Teknik cahaya oval dalam fotografi merupakan metode pencahayaan yang menggunakan sumber cahaya yang berasal dari sudut 45 derajat dari posisi fotografer atau sekitar 3/4 dari posisi objek yang difoto. Ciri khas dari teknik ini adalah kemampuannya memberikan kedalaman dimensi pada objek tanpa mengubah warna aslinya. Teknik ini umumnya diterapkan di studio dan sering disebut dengan istilah Rembrandt light atau lip. Biasanya reflektor digunakan sebagai alat bantu dalam teknik pencahayaan standar ini.

c. Cahaya Samping (*Side Light*)

Pencahayaan samping menimbulkan efek yang menonjolkan bentuk dan tekstur objek dalam foto sehingga menimbulkan kesan tiga dimensi dan memisahkan objek dengan latar belakang.

d. *Rim Light*

Teknik rim light dalam fotografi merupakan metode pencahayaan yang menggunakan sumber cahaya yang datang dari belakang objek dengan sudut seperempat objek, sehingga bagian depan objek akan tampak gelap. Ciri khas dari teknik ini adalah kemampuannya dalam menonjolkan garis atau kontur yang tajam dan menyinari bagian tepi belakang objek yang difoto.

e. *Back Light* (Cahaya Belakang)

Teknik back light dalam fotografi adalah metode pencahayaan yang menggunakan cahaya yang datang langsung dari belakang subjek yang difoto. Fotografer menghadap ke arah sumber cahaya (dengan subjek membelakangi cahaya tersebut). Teknik ini sering diterapkan untuk membuat foto siluet, seperti contoh foto petani yang disebutkan di atas. Tujuan utamanya adalah untuk menonjolkan bentuk keseluruhan subjek secara lengkap.

f. *Top Light* (Cahaya Atas)

Teknik top light dalam fotografi adalah metode pencahayaan yang menggunakan arah cahaya dari atas objek yang difoto sehingga menghasilkan cahaya rambut, apalagi jika sumber cahaya ditempatkan agak di belakang objek. Teknik ini digunakan untuk menghasilkan foto dengan kilauan pada bagian atas objek sehingga memberikan kesan yang sangat menarik. Biasanya teknik ini digunakan untuk memotret gaya pencahayaan kupu-kupu.

g. *Ray of Light*

Teknik Ray of Light merupakan metode fotografi yang memanfaatkan sifat-sifat cahaya yang muncul akibat penetrasi melalui awan, debu, dan objek lainnya. Agar pencahayaan ini dapat terlihat, maka lingkungan atau area yang terkena

cahaya harus berlatar belakang gelap. Sinar cahaya seringkali mudah ditemukan pada pagi hari yang cerah atau berasap. Saya pribadi senang mengambil foto dengan teknik ini, dan cara termudah untuk melihatnya adalah saat matahari hampir terbenam dengan kondisi cuaca mendung.

3. Warna

Warna merupakan elemen visual yang paling cepat dan terkuat dalam membangkitkan emosi dalam sebuah foto. Dalam kajian komunikasi visual, warna tidak hanya dipandang sebagai hiasan tambahan, tetapi juga sebagai sistem tanda kompleks yang dapat mempengaruhi cara orang melihat, merasakan, dan bertindak.

Menurut (Naufal, 2020), warna dapat terlihat oleh mata akibat paparan cahaya, seperti halnya dalam fotografi. Jika suatu warna tidak mendapat cahaya sama sekali, warna apa pun akan tampak hitam, sedangkan jika suatu warna mendapat terlalu banyak cahaya, warnanya akan tampak putih. Oleh karena itu, dalam skema warna, *hue* adalah warna asli, *value* menunjukkan gelap atau terang warna, dan saturasi menggambarkan kepadatan atau kekuatan warna.

Untuk memahami estetika warna secara mendalam, warna dibagi menjadi tiga dasar yang saling mempengaruhi:

a. *Hue* (Rona)

Hue merupakan warna dasar sebelum dikombinasikan dengan elemen lainnya. Perannya dalam sebuah gambar sangat penting karena *Hue* menjadi penentu sifat utama. Contohnya, penerapan *Hue* biru akan langsung memberikan kesan

"dingin" atau damai pada sebuah foto, sementara *Hue orange* akan memberikan kesan "hangat" dan penuh energi. Tanpa *Hue*, hanya akan melihat dunia dalam warna hitam dan putih. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *Hue* adalah komponen utama dalam palet warna.

b. *Value* (Tingkat Cahaya)

Elemen ini tidak mengubah jenis warna (*Hue*), tetapi mengatur tingkat kecerahan atau kegelapan. Nilai ini erat kaitannya dengan banyaknya cahaya yang terkandung dalam warna tersebut. Warna-warna yang mempunyai nilai terang (misalnya pastel) akan memberikan kesan cerah, lembut dan terbuka. Sebaliknya warna yang memiliki nilai gelap (seperti merah marun atau biru tua) akan terkesan berat, serius, dan penuh misteri. Tanpa adanya perbedaan antara gelap dan terang, sebuah foto akan terlihat datar.

c. *Saturation* (Tingkat Kepadatan)

Saturasi adalah ukuran kemurnian atau intensitas dari sebuah warna. Penulis mengibaratkannya seperti "tingkat kepadatan". Semakin tinggi saturasinya, warna tersebut akan terlihat semakin pekat, murni, dan menyala karena tidak tercampur dengan elemen lain. Sebaliknya, semakin rendah saturasinya, warna tersebut akan terlihat semakin pudar, kusam, atau keabu-abuan.

2.1.2.3 Instagram

2.1.2.3.1 Definisi Instagram

Media sosial ini memang sudah terbukti sangat populer di seluruh dunia saat ini. Namun, banyak orang yang ternyata tidak memahami makna sejati dari istilah “Instagram”. Istilah Instagram terdiri dari dua kata, yaitu “insta” yang berarti cepat dan terinspirasi oleh kamera polaroid yang dapat mencetak foto secara langsung

setelah objek diambil gambarnya. Sedangkan “gram” diambil dari kata telegram yang merujuk pada cara pengiriman informasi yang sangat cepat dan efisien.

Aplikasi yang dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada bulan Oktober 2010, sebenarnya ditujukan untuk para pecinta dan praktisi fotografi.

Instagram telah menjadi terkenal di Indonesia karena kemudahan yang ditawarkannya dalam memperoleh informasi, hiburan, dan media untuk berjualan. Semua fitur dirancang untuk kenyamanan pengguna, dan saat ini banyak orang menggunakan Instagram untuk mempromosikan dan menjual bisnis mereka. Mereka memanfaatkan berbagai fitur, termasuk meng-upload foto promosi dan menyertakan hashtag untuk menjangkau audiens yang tepat.

Sebagaimana diungkapkan oleh Nisrina (2015), Instagram sebagai media sosial berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi (aplikasi) yang memungkinkan komunikasi secara luas dengan audience melalui berbagi foto atau video. Selain itu, Instagram juga dilengkapi dengan berbagai fitur lainnya seperti DM (pesan langsung), komentar, menyukai, dan lain-lain.

2.1.2.3.2 Fitur Instagram

Instagram menawarkan berbagai macam fitur yang berbeda dengan media sosial lainnya. Instagram memiliki banyak fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna, diantaranya adalah:

1. *Followers* (Pengikut)

Sistem sosial di Instagram adalah dengan cara mengikuti akun pengguna lain atau memiliki pengikut di Instagram. Dengan cara ini, interaksi antara pengguna

Instagram dapat terjalin melalui pemberian like dan komentar pada foto-foto yang diunggah oleh pengguna lain. Jumlah pengikut juga merupakan elemen krusial, karena banyaknya like dari pengikut dapat menentukan apakah sebuah foto bisa menjadi viral atau tidak. Untuk mencari teman-teman yang ada di Instagram.

2. *Upload* (Foto dan Video) dan *Caption*

Kegunaan utama Instagram terletak pada fungsinya sebagai platform untuk mengupload dan membagikan foto serta video kepada pengguna lainnya. Gambar yang ingin diunggah bisa diambil dengan kamera atau diambil dari album foto yang sudah ada, dan ketika gambar atau video yang dibagikan menarik perhatian, terutama dari pengikut, maka kemungkinan untuk menjalankan promosi menjadi lebih tinggi. *Caption* di Instagram memiliki peran yang sangat penting karena memberikan informasi kepada semua pengguna tentang konten yang sudah diupload.

3. Kamera

Instagram memiliki sebuah fungsi yang mempermudah pengguna saat ingin menangkap gambar dan video, fitur kamera Instagram ini mampu merekam video selama 1 menit. Foto serta video yang dihasilkan melalui kamera Instagram dapat langsung disimpan.

4. *Filter* (Efek)

Instagram memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk mengedit foto atau video sebelum diunggah dengan berbagai efek, dan fitur ini menarik minat banyak orang sehingga memutuskan untuk mendownload aplikasi Instagram.

5. *Mention*

Fitur mention pada Instagram memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menandai atau menyebut akun pengguna lain dengan memasukkan nama akun mereka dalam sebuah unggahan. Melalui fitur ini, pengguna dapat menghubungkan akun lain secara langsung baik pada Instagram Story maupun postingan di feed. Ketika sebuah akun di-mention, pengguna yang disebut akan menerima notifikasi sehingga dapat mengetahui adanya keterlibatan atau interaksi yang ditujukan kepadanya. Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi, fitur ini juga mempermudah pengguna dalam membagikan momen, memberikan apresiasi, mengajak kolaborasi, maupun menunjukkan keterkaitan dengan akun tertentu. Dengan demikian, fitur mention menjadi salah satu bentuk interaksi digital yang mendukung terciptanya komunikasi yang lebih cepat, efektif, dan terhubung antar pengguna di platform Instagram.

6. *Hashtag (#)*

Fitur hashtag merupakan sistem yang memungkinkan pengguna untuk mengelompokkan, menandai, serta mencari foto maupun video berdasarkan kata kunci tertentu yang diawali dengan simbol tanda pagar (#). Pengguna dapat menambahkan satu atau beberapa hashtag pada saat mengunggah konten agar unggahan tersebut lebih mudah ditemukan oleh pengguna lain yang memiliki minat terhadap topik yang sama. Kehadiran fitur ini membantu proses penyebaran informasi menjadi lebih luas karena konten tidak hanya dapat dilihat oleh pengikut akun, tetapi juga oleh pengguna lain yang menelusuri atau mengikuti hashtag tertentu. Selain berfungsi sebagai alat pencarian, hashtag juga

digunakan untuk mengategorikan konten, meningkatkan jangkauan unggahan, serta membangun keterhubungan antar pengguna dalam suatu komunitas atau tema tertentu. Dengan demikian, fitur hashtag menjadi salah satu elemen penting dalam Instagram yang mendukung kemudahan akses informasi dan interaksi antar pengguna di platform tersebut.

7. Suka (*Like*)

Fitur Like merupakan salah satu bentuk interaksi yang paling sering digunakan oleh pengguna Instagram untuk menunjukkan respons terhadap suatu konten. Pengguna dapat memberikan Like pada berbagai jenis unggahan, seperti foto, video, Reels, maupun komentar, dengan menekan ikon berbentuk hati yang tersedia pada setiap konten. Tindakan memberikan Like tidak hanya berfungsi sebagai tanda ketertarikan terhadap sebuah unggahan, tetapi juga dapat mencerminkan bentuk apresiasi, dukungan, persetujuan, atau penghargaan terhadap konten yang dibagikan oleh pengguna lain. Selain itu, jumlah Like yang diperoleh suatu unggahan sering kali menjadi indikator tingkat keterlibatan (*engagement*) dan respons audiens terhadap konten tersebut. Dengan adanya fitur ini, interaksi antar pengguna dapat terjalin dengan lebih mudah tanpa harus memberikan komentar secara langsung, sehingga proses komunikasi dan penyampaian respons di dalam platform Instagram menjadi lebih praktis dan efektif.

8. Komentar

Komentar merupakan fitur pada Instagram yang memungkinkan pengguna untuk memberikan tanggapan secara langsung terhadap suatu unggahan, baik berupa foto, video, maupun Reels. Melalui fitur ini, pengguna dapat menyampaikan pendapat, apresiasi, kritik, pertanyaan, atau bentuk interaksi lainnya dalam kolom yang tersedia di bawah unggahan. Komentar yang diberikan tidak hanya berupa teks, tetapi juga dapat berupa emoji, mention akun pengguna lain, maupun kombinasi dari keduanya. Selain itu, pengguna juga dapat membalas komentar yang sudah ada sehingga tercipta interaksi dua arah atau bahkan diskusi antar pengguna. Kehadiran fitur komentar menjadikan Instagram tidak hanya sebagai media berbagi konten visual, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang mendukung keterlibatan (engagement) dan interaksi sosial antar penggunanya.

9. *Instastory*

Instagram Story (Instastory) merupakan fitur pada Instagram yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto, video, teks, maupun konten interaktif lainnya yang dapat dilihat oleh pengikut mereka selama 24 jam sebelum otomatis menghilang. Konten yang diunggah melalui Story akan ditampilkan pada bagian atas beranda aplikasi sehingga lebih mudah dilihat oleh pengguna lain. Berbeda dengan unggahan pada feed yang umumnya bersifat lebih permanen dan dipersiapkan dengan matang, Instagram Story cenderung digunakan untuk membagikan aktivitas sehari-hari, momen spontan, maupun informasi singkat secara lebih santai dan real-time. Selain itu, fitur ini juga

dilengkapi dengan berbagai elemen pendukung seperti stiker, musik, lokasi, polling, question box, serta fitur mention yang dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan antar pengguna. Kehadiran Instagram Story menjadikan proses berbagi informasi dan komunikasi visual di media sosial lebih dinamis, cepat, dan interaktif.

10. *Explore*

Fitur Explore pada Instagram merupakan halaman yang dirancang untuk membantu pengguna menemukan berbagai konten baru dari akun yang belum mereka ikuti. Konten yang muncul pada halaman ini dipilih secara otomatis oleh algoritma Instagram berdasarkan aktivitas pengguna, seperti unggahan yang disukai, akun yang sering dikunjungi, konten yang disimpan, serta jenis interaksi lainnya yang pernah dilakukan. Melalui fitur Explore, pengguna dapat menjelajahi berbagai foto, video, Reels, maupun konten kreatif lainnya yang dianggap relevan dengan minat dan preferensi mereka. Kehadiran fitur ini tidak hanya memperluas jangkauan informasi dan hiburan bagi pengguna, tetapi juga memberikan peluang bagi kreator konten untuk menjangkau audiens yang lebih luas di luar pengikut mereka. Dengan demikian, fitur Explore berperan sebagai sarana eksplorasi konten yang mendukung interaksi dan penemuan informasi baru dalam ekosistem Instagram.

11. *Arsip*

Fitur arsip pada Instagram memungkinkan pengguna untuk menyimpan atau menyembunyikan unggahan dari tampilan feed publik tanpa perlu menghapusnya secara permanen. Melalui fitur ini, foto maupun video yang

diarsipkan akan dipindahkan ke ruang penyimpanan pribadi yang hanya dapat diakses oleh pemilik akun. Dengan demikian, pengguna tetap dapat menyimpan dokumentasi unggahan yang dianggap penting tanpa harus menampilkannya kepada pengikut atau pengguna lain. Selain itu, unggahan yang telah diarsipkan dapat dipulihkan dan ditampilkan kembali ke feed kapan saja sesuai keinginan pengguna. Kehadiran fitur arsip memberikan fleksibilitas dalam mengelola konten, menjaga estetika tampilan profil, serta membantu pengguna mengatur unggahan lama tanpa kehilangan data atau riwayat interaksi yang pernah ada.

12. *Closefriend*

Fitur Close Friends pada Instagram memungkinkan pengguna untuk membagikan konten Instagram Story hanya kepada sekelompok orang yang telah dipilih secara khusus. Melalui fitur ini, pengguna dapat membuat daftar teman dekat (close friends list) yang berisi akun-akun tertentu sesuai dengan keinginan mereka. Konten yang dibagikan melalui fitur ini tidak dapat dilihat oleh seluruh pengikut maupun publik, melainkan hanya oleh pengguna yang termasuk dalam daftar tersebut. Story yang diunggah menggunakan fitur Close Friends ditandai dengan lingkaran berwarna hijau, sehingga mudah dibedakan dari Story biasa. Kehadiran fitur ini memberikan ruang yang lebih privat bagi pengguna untuk berbagi momen, pemikiran, atau informasi yang bersifat personal tanpa harus mengunggahnya kepada seluruh audiens. Dengan demikian, Close Friends menjadi salah satu fitur yang mendukung pengelolaan privasi serta komunikasi yang lebih eksklusif di Instagram.

13. *Live* (Siaran Langsung)

Fitur Instagram Live merupakan layanan yang memungkinkan pengguna melakukan siaran video secara langsung (real-time) kepada para pengikutnya di Instagram. Melalui fitur ini, pengguna dapat berbagi berbagai aktivitas, informasi, maupun momen tertentu secara spontan tanpa perlu melalui proses pengeditan terlebih dahulu. Selama siaran berlangsung, audiens dapat berpartisipasi secara aktif dengan menonton, memberikan komentar, mengirimkan reaksi berupa emoji, serta berinteraksi langsung dengan penyiar. Fitur ini menciptakan komunikasi dua arah yang lebih personal dan interaktif dibandingkan dengan unggahan biasa, karena memungkinkan terjadinya respons secara langsung antara penyiar dan penonton. Oleh karena itu, Instagram Live menjadi salah satu sarana yang efektif untuk membangun kedekatan, meningkatkan keterlibatan (engagement), serta memperkuat interaksi sosial di dalam platform Instagram.

14. *Direct Message* (Pesan)

Fitur Direct Message (DM) pada Instagram memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara pribadi dengan pengguna lain melalui ruang percakapan yang bersifat lebih personal. Melalui fitur ini, pengguna dapat mengirim berbagai jenis pesan, seperti teks, foto, video, voice note, stiker, tautan, hingga membagikan unggahan atau story kepada individu maupun grup tertentu. Kehadiran fitur DM memudahkan pengguna dalam melakukan komunikasi secara langsung tanpa harus berinteraksi di ruang publik. Selain sebagai sarana bertukar informasi, fitur ini juga sering digunakan untuk menjalin hubungan

sosial, berdiskusi, berkolaborasi, maupun memberikan respons terhadap konten yang diunggah oleh pengguna lain. Dengan berbagai fitur pendukung yang tersedia, Direct Message menjadi salah satu media komunikasi utama yang memperkuat interaksi dan konektivitas antar pengguna di platform Instagram.

Karena Instagram dibekali berbagai fitur, platform ini efektif dalam menyebarkan informasi, terutama untuk promosi melalui konten visual dan teks. Oleh karena itu, hal ini dapat dimanfaatkan oleh seluruh lapisan masyarakat, mulai dari generasi muda hingga orang dewasa.

2.1.2.3.3 Konten Instagram

Konten adalah informasi yang dapat diakses melalui media atau perangkat elektronik (Jasmine, 2016). Di platform Instagram, konten tetap menjadi elemen terpenting. Kontennya mengacu pada foto atau video. Oleh karena itu, foto atau video di Instagram diposisikan sebelum teks, dan ketika melihat foto melalui fitur “pop up” (dengan menekan lama pada gambar), teks tersebut tidak akan terlihat.

Di era digital sekarang, keberadaan media sosial bisa dipandang dari dua sudut pandang, yaitu dari pihak pengiklanan atau pemasaran, serta dari sisi pengguna. Dari sudut pengiklanan, konten yang mereka sajikan sangat bervariasi. Konten itu tidak hanya berbentuk teks, tetapi juga meliputi audio, visual, dan audiovisual.

Penggunaan media sosial biasanya lebih hemat biaya dibandingkan media konvensional, dan produsen dapat menargetkan calon pembeli sesuai keinginan mereka. Dari sudut pandang konsumen, mereka dapat menemukan produk yang

sesuai dengan preferensi pribadinya berkat algoritma yang disediakan oleh platform aplikasi.

1. Konten Foto

Konten berupa foto diletakkan paling atas, sebelum muncul teks. Jika melihat foto dengan fitur pop-up (dengan menekan dan menahan gambar), teks tidak akan terlihat. Isi foto bisa berupa gambar biasa, ilustrasi, animasi, atau berbagai jenis foto lainnya. Selain itu, foto yang diunggah dapat diperbaiki atau dipercantik menggunakan berbagai alat yang tersedia di aplikasi Instagram.

2. Konten Video

Mirip dengan foto, di Instagram video juga ditempatkan di bagian atas sebelum teks. Konten video tersebut dapat berupa rekaman biasa, ilustrasi, atau animasi stop motion.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Semiotika Roland Barthes

Dasar teori penting yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Semiotika, terutama model analisis yang dirancang oleh Roland Barthes. Kata semiotika sendiri berasal dari bahasa Yunani, *semeion*, yang diterjemahkan sebagai tanda. Dalam terminologi, semiotika merupakan bidang ilmu yang membahas mengenai tanda (*sign*), peran tanda, dan penciptaan makna.

Dalam dunia komunikasi visual, semiotika melihat gambar bukan sekadar sebagai representasi dari kenyataan, tetapi sebagai suatu sistem tanda yang terorganisasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan ide tertentu.

Semiotika tidak hanya menganalisis tentang signifier dan signified, tetapi juga interaksi secara keseluruhan. Roland Barthes adalah salah satu figure yang paling terkenal dalam bidang semiotika. Roland Barthes adalah seorang filsuf, kritikus sastra, strukturalis, dan juga seorang semiolog asal Prancis. Selama hidupnya, Roland Barthes menjadi salah satu tokoh terkenal yang melanjutkan pemikiran Ferdinand de Saussure. Seperti yang telah diketahui, Saussure merupakan pelopor pertama dalam dunia semiotika.

Barthes menyatakan bahwa bahasa (termasuk bahasa visual/foto) berfungsi sebagai suatu sistem simbol yang beroperasi melalui dua fase penandaan. Konsep ini sangat penting untuk mengeksplorasi media massa dan budaya populer (seperti Instagram), di mana makna sering kali tidak terlihat secara langsung, tetapi terletak di balik daya tarik visual.

Saussure memiliki minat terhadap proses rumit dalam penyusunan kalimat serta bagaimana bentuk-bentuk kalimat dapat menunjukkan arti, namun ia tidak terlalu peduli pada fakta bahwa kalimat yang sama dapat memiliki arti yang berbeda bagi individu yang berada dalam konteksnya. Sementara itu, Barthes lebih menekankan pada hubungan antara teks dan pengalaman pribadi serta budaya penggunaannya, hubungan antara konvensi yang terdapat dalam teks dan konvensi yang dirasakan serta diharapkan oleh penggunaannya.

Ide yang diusulkan oleh Barthes kemudian dikenal dengan "urutan penandaan". Teori yang dikembangkan Barthes menyoroti konsep mengenai penandaan dalam dua tahap, yaitu denotasi dan konotasi. Ini menjadi pembeda

antara Saussure dan Barthes, meskipun Barthes masih menggunakan istilah penanda dan terandai yang dirintis oleh Saussure. Roland Barthes meneruskan pemikiran Saussure dengan memberikan penekanan pada hubungan antara teks dan pengalaman individu. Dia juga diakui sebagai salah satu teori strukturalis yang giat menerapkan model linguistik serta semiotika dari Saussure. Menurut Barthes, semiotik merupakan perkembangan dari konsep linguistik yang dimiliki oleh Saussure. Ciri khas dari pemikiran Saussure adalah pandangannya bahwa bahasa merupakan suatu sistem tanda.

Tanda adalah sarana komunikasi paling efektif bagi manusia yang dikelilingi oleh lambang-lambang. Barthes menganggap simbol sebagai sarana komunikasi dari sebuah ideologi yang memiliki makna tambahan untuk menegaskan nilai-nilai yang dominan dalam masyarakat. Makna tambahan dipahami sebagai label yang mengandung kumpulan simbol yang bisa dibawa dalam segala situasi.

Semiotika Roland Barthes terbagi menjadi tiga hal yaitu: denotasi, konotasi, dan mitos. Makna denotasi adalah makna yang paling nyata dari suatu tanda yang memiliki pengertian sesungguhnya dari apa yang terlihat, dengan kata lain, denotasi adalah istilah yang tidak membawa makna atau emosi tambahan yang muncul dalam bentuk kalimat-kalimat yang menggambarkan visualisasi gambar tersebut.

Makna konotasi merujuk pada tanda yang mencerminkan hubungan yang muncul saat tanda tersebut berinteraksi dengan perasaan atau emosi pembaca beserta nilai-nilai budaya yang dimilikinya, sehingga menghasilkan makna yang bersifat subjektif dan keberadaannya sering kali tidak disadari.

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
<i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	<i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
<i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

Gambar 2.1 Kerangka Teori Semiotika Roland Barthes

Signifier	Denotasi	Konotasi	Mitos
Toga	Pakaian Wisuda	Simbol Kelulusan	Lulus kuliah merupakan simbol keberhasilan dan peningkatan status sosial.

Tabel 2.2 Contoh Tabel Analisis

Berdasarkan peta pemaknaan Barthes, tanda denotatif (3) terbentuk dari hubungan antara penanda (1) dan petanda (2). Namun, pada saat yang sama, tanda denotatif tersebut juga berfungsi sebagai penanda pada tingkat konotasi (4). Dengan demikian, tanda denotatif memiliki sifat material, karena konotasi hanya dapat muncul apabila tanda denotatifnya telah dikenali terlebih dahulu. Sebagai contoh, pemaknaan konotatif seperti harga diri, kegagahan, dan keberanian hanya dapat dipahami jika individu telah mengenal tanda “singa” pada level denotatif. Oleh karena itu, dalam pemikiran Barthes, tanda konotatif tidak sekadar menambahkan

makna baru, melainkan dibangun di atas keseluruhan struktur tanda denotatif yang menjadi dasar keberadaannya.

Berikut penjelasan dari makna denotasi, konotasi dan mitos:

1. Makna Denotasi

Menurut (Rahmawati, 2024) denotasi biasanya dipahami sebagai arti literal atau "arti yang sebenarnya" dari suatu istilah atau simbol, dan kadang-kadang juga dipandang sebagai penunjukan atau referensi terhadap suatu benda atau ide. Secara umum, proses pemberian makna yang berkaitan dengan denotasi ini berfokus pada penerapan bahasa yang sesuai dengan apa yang secara nyata ditunjukkan oleh kata tersebut. Dalam perspektif semiotika Roland Barthes, denotasi dipandang sebagai sistem signifikasi tingkat pertama (*first order of signification*). Pada tahap ini, hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) bersifat langsung, harfiah, dan objektif.

2. Makna Konotasi

Konotasi adalah istilah yang diperkenalkan oleh Barthes untuk menjelaskan lapisan kedua dalam sistem penandaan. Di sini, terdapat keterkaitan antara tanda dengan perasaan dan emosi dari para penikmat, serta norma-norma budaya yang ada (Rahmawati, 2024). Konotasi memiliki arti yang bersifat personal atau kolektif, yang berarti bahwa arti ini bisa berbeda-beda di antara orang-orang yang berbeda. Konotasi berperan dalam menyampaikan serta mendukung nilai-nilai yang dominan yang ada pada masa tertentu. Istilah "konotasi" berasal dari bahasa Latin, yaitu "connotare," yang berarti "menjadi simbol" dan berhubungan dengan makna-makna kultural yang tidak sama dengan makna denotasi atau bentuk komunikasi lain. Arti

konotasi terdiri dari kombinasi makna denotasi dan semua gambar, ingatan, serta emosi yang muncul saat indera kita berinteraksi dengan tanda tersebut. Dengan demikian, denotasi merujuk pada penjelasan tanda terhadap objek secara langsung, sementara konotasi lebih menekankan pada cara tanda tersebut digambarkan dalam konteks perasaan, emosi, serta nilai-nilai budaya dan ideologi.

Barthes menyatakan enam tahapan untuk menafsirkan makna, terutama yang berkaitan dengan fotografi, guna menciptakan makna dalam proses pembuatan foto menurut Roland Barthes (2020). Keenam tahapan tersebut adalah *Trick Effect*, *Pose*, *Object*, *Photogenia*, *Aestheticism*, dan *syntax*.

Trick Effect adalah pengolahan gambar secara buatan, yang berarti bahwa suatu gambar akan mengalami penambahan, pengurangan, atau penggantian dalam bentuk yang serupa, sehingga keaslian dari sebuah foto menjadi kurang bermakna. *Pose* merupakan cara subjek diletakkan dalam sebuah gambar, cara ekspresi terhadap sesuatu yang serupa, sikap objek yang ada di dalam gambar, dan ciri khas subjek foto. Pada tahap konotasi, *pose* menjadi sangat krusial karena berperan dalam menentukan bagaimana makna dalam foto tersebut diinterpretasikan. *Object* merupakan suatu titik perhatian atau pusat yang menarik perhatian dalam sebuah foto. Dalam konteks ini, penentuan objek didasarkan pada beberapa temuan yang terdapat dalam analogi, kemudian dapat diartikan secara subjektif berdasarkan makna konotasi yang dimaksud. *Photogenia* adalah cara mengambil gambar yang melibatkan berbagai teknik, seperti pencahayaan, ketajaman, dan sudut pandang. *Aestheticism* adalah bentuk atau gaya dari gambar yang mencakup keseluruhan komposisi dan bisa memberikan makna yang lebih dalam. Komposisi gambar sangat

penting dalam memahami makna tersebut. *Syntax* merupakan susunan cerita atau isi dari foto, umumnya terdapat dalam *caption* foto, dan dapat memberikan makna yang lebih dalam lagi.

3. Makna Mitos

Menurut (Shobur, 2020) dalam pemikiran Barthes, konotasi dipahami sebagai proses ideologis yang bekerja melalui apa yang ia sebut sebagai mitos. Melalui mekanisme ini, nilai-nilai yang diakui dalam konteks waktu tertentu dapat ditampilkan dan dibentuk. Dengan demikian, mitos dapat dipahami sebagai tanda yang berawal dari makna konotasi, lalu mengalami proses hingga dipersepsikan sebagai makna denotasi. Dalam konteks ini, mitos terbentuk melalui peristiwa atau praktik yang terus berulang dalam suatu kelompok sosial, sehingga diterima secara luas dan dianggap sebagai bagian dari kebudayaan yang hidup di tengah masyarakat.

Barthes memaknai mitos sebagai suatu bentuk tuturan atau cara berbicara. Ia menekankan bahwa mitos merupakan bagian dari sistem komunikasi karena berfungsi sebagai penyampai pesan. Oleh sebab itu, mitos tidak dapat dipahami sebagai objek, gagasan, atau konsep semata, melainkan sebagai suatu proses penandaan (*signification*) yang berbentuk wacana. Dengan demikian, apa pun dapat menjadi mitos selama disampaikan melalui wacana tertentu (Barthes, 2020). Dalam pandangan Barthes, mitos berperan sebagai mekanisme yang mengodekan makna serta nilai-nilai sosial—yang sejatinya bersifat arbitrer dan konotatif—menjadi sesuatu yang tampak alamiah. Sementara itu, Alex Sobur dalam *Semiotika Komunikasi* (2020) menjelaskan bahwa mitos merupakan cara kebudayaan menafsirkan dan memahami berbagai aspek kehidupan yang dianggap sebagai

realitas. Di dalam mitos, kembali ditemukan struktur penandaan sebagaimana dikemukakan Barthes, yaitu penanda, petanda, dan tanda.

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perubahan cara mahasiswa memaknai budaya visual, khususnya yang terjadi di wilayah Kabupaten Cianjur. Prosesi wisuda yang pada awalnya dipahami sebagai kegiatan akademik yang bersifat formal dan sakral, kini mengalami pergeseran makna. Wisuda tidak lagi sekadar merayakan kelulusan, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup yang dipertontonkan di ruang digital. Media sosial Instagram, dengan karakter visualnya yang kuat, dimanfaatkan oleh para wisudawan sebagai medium untuk menampilkan dan membangun citra diri melalui unggahan foto wisuda yang dikemas secara estetik.

Foto wisuda tidak dapat lagi diposisikan hanya sebagai arsip atau dokumentasi semata. Foto-foto tersebut berfungsi sebagai representasi visual yang memuat berbagai pesan dan makna. Fotografer wisuda di Cianjur berperan aktif dalam membentuk realitas visual dengan cara mengatur pencahayaan, menentukan sudut pengambilan gambar, serta mengolah warna tertentu guna menghadirkan kesan yang diinginkan, seperti kesan prestisius, intelektual, maupun kebahagiaan ideal. Namun demikian, khalayak sering kali hanya menikmati keindahan visual tanpa menyadari adanya nilai, ideologi, atau makna tertentu yang tersembunyi di balik tampilan estetika tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes sebagai landasan analisis. Pemilihan teori ini didasarkan pada kemampuannya dalam menguraikan

makna tanda secara bertingkat melalui konsep *orders of signification*. Kerangka pemikiran Barthes memungkinkan peneliti menelusuri makna visual dari tingkat yang paling sederhana hingga pada ranah ideologis, sehingga relevan untuk menganalisis karya fotografi wisuda yang beredar di media sosial.

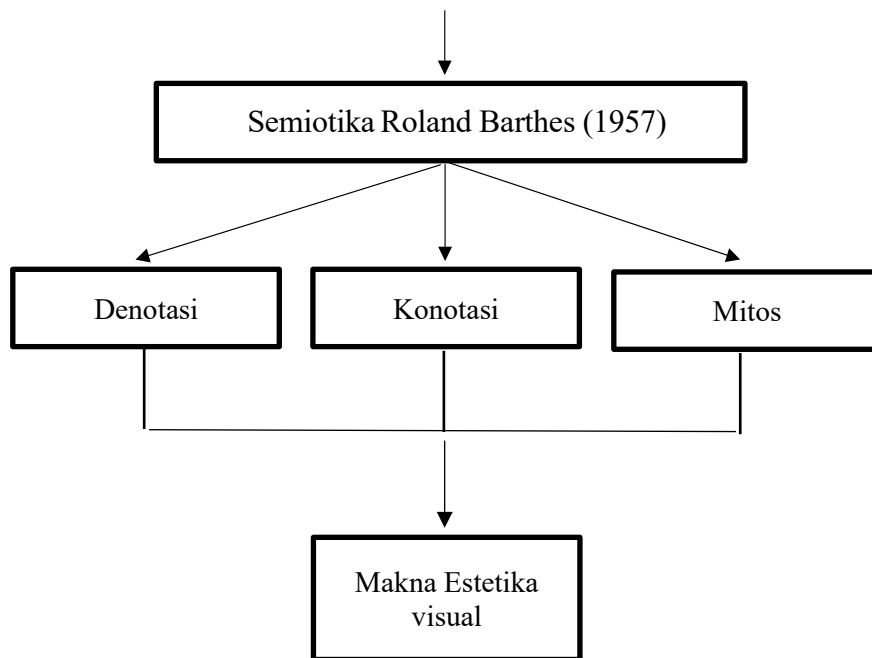
Alur pemikiran penelitian diawali dengan penetapan elemen estetika visual sebagai fokus analisis utama. Elemen-elemen tersebut mencakup komposisi atau sudut pandang (*angle*), pencahayaan (*lighting*), warna (*tone*), gestur atau pose subjek, serta penggunaan properti atau tata adegan (*mise-en-scène*). Seluruh elemen ini kemudian dianalisis melalui tiga tahapan pemaknaan menurut Barthes.

Tahap denotasi, peneliti membaca foto secara langsung dan objektif, yaitu dengan mendeskripsikan apa yang tampak secara visual, seperti busana wisuda yang dikenakan, posisi tubuh subjek, ekspresi wajah, maupun objek pendukung yang terdapat dalam foto. Tahap ini berfungsi sebagai pemetaan fakta visual tanpa melibatkan penafsiran makna.

Tahap konotasi, peneliti mulai menafsirkan makna di balik pilihan visual tersebut. Analisis difokuskan pada alasan penggunaan elemen estetika tertentu serta makna yang ditimbulkannya. Sebagai contoh, penggunaan sudut pandang rendah dapat dimaknai sebagai upaya membangun kesan berwibawa, sementara dominasi warna keemasan dapat dikaitkan dengan simbol kemewahan dan pencapaian. Pada tahap ini, nilai rasa, emosi, dan konteks budaya mulai berperan dalam proses pemaknaan.

Tahap terakhir adalah mitos, yaitu tahap di mana peneliti mengungkap nilai ideologis atau konstruksi budaya yang direproduksi melalui foto wisuda tersebut.

Pada level ini, analisis diarahkan untuk melihat bagaimana foto estetik berpotensi melanggengkan pandangan tertentu, misalnya anggapan bahwa gelar sarjana identik dengan status sosial tinggi atau bahwa keberhasilan harus ditampilkan melalui visual yang mewah dan ideal.



Gambar 2.3 Bagan Kerangka Pemikiran