

**MAKNA FOTO BENCANA DARI BERITA FOTO KARYA
RAHMAD SURYADI DI AGENCY AFP
(Analisis Semiotika Berita Foto bencana Karya Rahmad
Suryadi di Agency AFP)**

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara*

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD FITRA AFRIANSYAH
1203110148

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Jurnalistik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : **MUHAMMAD FITRA AFRIANSYAH**
N P M : 1203110148
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **MAKNA FOTO BENCANA DARI BERITA FOTO KARYA RAHMAD SURYADI DI AGENCY AFP (Analisis Semiotik Berita Foto Bencana Karya RAHMAD SURYADI Di Agency AFP)**

Medan, 4 Maret 2019

PEMBIMBING


MHD SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.I.Kom
Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI


NURHASANAH NASUTION S.Sos, M.I.Kom



DEKAN


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **MUHAMMAD FITRA AFRIANSYAH**
N P M : 1203110148
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Senin, 16 Maret 2019
Waktu : 07.45 s.d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom** (.....)

PENGUJI II : **Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.SI** (.....)

PENGUJI III : **MHD SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.I.Kom** (.....)

PANITIA UJIAN

Ketua



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

MUHAMMAD FITRA AFRIANSYAH

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **MUHAMMAD FITRA AFRIANSYAH. NPM 1203110148** menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa melakukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat, atau menjiplak, atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat maupun karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 15 Oktober 2018

Yang Menyatakan



MUHAMMAD FITRA AFRIANSYAH

ABSTRAKSI

MAKNA FOTO BENCANA DARI BERITA FOTO KARYA RAHMAD SURYADI DI AGENCY AFP

(Analisis Semiotika Berita Foto bencana Karya Rahmad Suryadi di Agency AFP)

Salah satu foto erupsi Gunung Sinabung yang menarik perhatian adalah foto karya Rahmad Suryadi yang masuk ke Agency AFP. *Agence France-Presse*, atau AFP adalah sebuah kantor berita Perancis yang mengklaim sebagai yang tertua ketiga dan terbesar di dunia setelah Reuters dan Associated Press. AFP didirikan pada tahun 1835 dengan mempekerjakan 2.900 karyawannya. Foto karya Rahmad Suryadi berhasil masuk ke dalam Agency AFP dan banyak menarik perhatian para jurnalistik foto. Disini penulis ingin mengetahui Bagaimana makna foto yang tersirat sudah menggambarkan informasi tentang erupsi gunung sinabung serta pemnyampaian ke publik juga jelas dengan menggunakan analisis semiotika. Untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini, landasan teori yang akan digunakan adalah teori semiotika oleh Roland Barthes. Roland Barthes menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan "*order of signification*", mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah ini sebagai berikut : "*Bagaimana nilai-nilai foto yang mempresentasikan makna bencana Erupsi Gunung Sinabung?*". Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yakni mengembangkan konsep dan menghimpun fakta-fakta bukan menguji hipotesis. Penelitian deskriptif berusaha menemukan pola sederhana yang didasarkan pada konsep tertentu. Dalam menganalisis semiotika makna foto bencana Rahmad Suryadi di Agency AFP, penulis memakai analisis semiotika Roland Berthes, yakni signifikasi dua tahap (*two order of signification*) dengan sistem *signifier* (penanda) dan *Signified* (pertanda) yang juga disebut dengan makna denotasi. Kemudian digunakan pula signifikasi tahap kedua yaitu konotasi. Hasil analisis dari foto bencana Gunung Sinabung karya Rahmad Suryadi adalah pada makna foto bencana Gunung Sinabung karya Rahmad Suryadi, yang menjadi *Signifier* (penanda) adalah hasil foto Gunung Sinabung yang mengeluarkan lahar panas dan debu vulkanik, masyarakat mendapatkan informasi yang jelas dan akurat pemberitaannya. *Denotative Sign* (Penanda denotatif) : yang memang dengan jelas menggambarkan situasi Gunung Sinabung ketika meletus dan mengeluarkan awan panas serta debu vulkanik. Kemudian menggambarkan petani yang hasil panennya gagal panen dan ladangnya yang berwarna putih akibat dari debu vulkanik Gunung Sinabung. *Conotative Sign* (Penanda konotasi) : yang menggambarkan beberapa warga sedang berjalan dan sebagian lagi membersihkan jalan dari debu vulkanik.

KATA KUNCI : MAKNA FOTO GUNUNG SINABUNG, AGENCY AFP & ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmad dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“MAKNA FOTO BENCANA DARI BERITA FOTO KARYA RAHMAD SURYADI DI AGENCY AFP (Analisis Semiotika Pada Berita Foto Bencana Karya Rahmad Suryadi di Agency AFP)”**.

Ucapan terima kasih terdalam peneliti persembahkan kepada kedua orang tua saya, **Ayahanda & Ibunda saya Yang Terkasih dan Tercinta**, yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan perkuliahan selama ini. Terima kasih banyak telah memberikan banyak nasehat, dukungan moral, dukungan materil serta doa yang tidak putus-putusnya kepada saya serta selalu mensupport saya hingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan dan skripsi saya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, nasihat serta dukungan dari banyak pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- 1 Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- 2 Bapak Dr. Rudianto S.Sos M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- 3 Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Dr. Arifin Shaleh, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- 4 Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom.
- 5 Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Abrar Adhani M.I.Kom.
- 6 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Ibu Nurhasanah Nasution, M.I.Kom.
- 7 Kepada Bapak M. Said Harahap S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen pembimbing saya yang juga telah begitu banyak memberikan masukan, waktu, tenaga, pikiran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 8 Kepada tempat penelitian saya Bapak Rahmad Suryadi, terima kasih telah meluangkan waktu untuk berbagi informasi terkait penulisan skripsi saya.
- 9 Dan yang terakhir, Terima Kasih untuk semua orang (tidak dapat penulis sebutkan satu persatu) yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini dan telah banyak memberikan informasi kepada penulis dalam segala hal.

Medan, 15 Oktober 2018

Penulis :

MUHAMMAD FITRA AFRIANSYAH

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
ABSTRAKSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah.....	3
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II URAIAN TEORITIS.....	6
A. KOMUNIKASI.....	6
1. Pengertian Komunikasi.....	6
2. Unsur Komunikasi.....	11
3. Fungsi Komunikasi.....	12
4. Proses Komunikasi.....	15
5. Efek Komunikasi.....	17
B. MEDIA MASSA.....	19
1. Pengertian Media Massa.....	19
2. Karakteristik Media Massa.....	22
C. KOMUNIKASI MASSA.....	25
1. Pengertian Komunikasi Massa.....	25
2. Ciri Utama Komunikasi Massa.....	27
3. Karakteristik Komunikasi Massa.....	27
4. Efek Komunikasi Massa.....	28
D. FOTOGRAFI.....	29
1. Pengertian Fotografi.....	29
2. Fotografi Sebagai Media Informasi.....	30

3. Tujuan Fotografi.....	30
4. Forografi Jurnalistik.....	32
E. MEDIA ONLINE.....	35
1. Pengertian Media Online.....	35
2. Karakteristik Media Online.....	36
3. Macam-Macam Media Online.....	38
F. MEDIA CETAK.....	40
1. Pengertian Media Cetak.....	40
2. Karakteristik Media Cetak.....	42
G. SEMIOTIKA.....	45
1. Pengertian Semiotika.....	45
2. Teori-Teori Semiotika.....	48
3. Analisis Semiotika Roland Berthes.....	57
BAB III METODE PENELITIAN.....	63
A. METODE PENELITIAN.....	63
1. Jenis Penelitian.....	63
B. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	65
C. TEKNIK ANALISIS DATA.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
A. PENYAJIAN DATA.....	68
1. Deskripsi Biografi Rahmad Suryadi.....	68
2. Deskripsi Objek Penelitian (Agency AFP).....	68
3. Analisis Semiotikan Foto Bencana Gunung Sinabung Karya Rahmad Suryadi di Agency AFP.....	69
B. PEMBAHASAN DATA.....	72
BAB V PENUTUP.....	74
A. KESIMPULAN.....	74
B. SARAN.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era teknologi yang sudah sangat canggih, tentu sudah tidak ada yang tidak mengenal apa itu foto. Foto merupakan bagaian dari kegiatan sehari-hari dari manusia. Foto juga mempunya peran yang sangat penting bagi sebagian masyarakat. Foto sendiri mempunyai pengertian gambar diam baik berwarna maupun hitam-putih yang dihasilkan oleh kamera yang merekam suatu objek atau kejadian atau keadaan pada suatu waktu tertentu.

Pada zaman dahulu, foto hanya digunakan untuk mengabadikan momen-momen tertentu yang dianggap penting dan prosesnya juga memakan waktu yang panjang. Tetapi semakin berkembangnya pola fikir manusia, foto beradaptasi dan mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia (masyarakat). Tidak ada satupun masyarakat yang tidak lekat dengan foto. Foto merupakan momen penting dengan orang-orang terdekat, bisnis kuliner, bisnis pakaian dan sejenisnya, sosial media, informasi seputar kejadian penting (baik itu lokasi tempat wisata, kriminal, peristiwa terkini) dan masih banyak lagi keterkaitan foto dengan dunia masyarakat.

Salah satu fungsi foto yang sangat menarik perhatian penulis adalah foto bencana alam. Banyak fotografer yang rela datang kesuatu tempat yang berbahaya hanya untuk mengambil momen bagus dan hasil foto yang bagus. Salah satunya adalah foto bencana alam Gunung Sinabung ditanah Karo, Sumatera Utara. Ketika

adanya erupsi, bukannya menghindar dan mencari tempat aman, banyak fotografer yang rela mengambil resiko hanya untuk hasil foto yang baik demi mengabarkan berita terkini tentang perkembangan erupsi Gunung Sinabung.

Gunung Sinabung sendiri (bahasa Karo: Deleng Sinabung) adalah gunung api di Dataran Tinggi Karo, Kabupaten Karo, Sumatera Utara, Indonesia. Sinabung bersama Gunung Sibayak di dekatnya adalah dua gunung berapi aktif di Sumatera Utara dan menjadi puncak tertinggi ke 2 di provinsi itu. Ketinggian gunung ini adalah 2.451 meter. Gunung ini tidak pernah tercatat meletus sejak tahun 1600 tetapi mendadak aktif kembali dengan meletus pada tahun 2010. Letusan terakhir gunung ini terjadi sejak 19 Februari 2018 dan berlangsung hingga kini. (https://id.wikipedia.org/wiki/Gunung_Sinabung/dikutip/15-05-2018)

Salah satu foto erupsi Gunung Sinabung yang menarik perhatian adalah foto karya Rahmad Suryadi yang masuk ke Agency AFP. *Agence France-Presse*, atau AFP adalah sebuah kantor berita Perancis yang mengklaim sebagai yang tertua ketiga dan terbesar di dunia setelah Reuters dan Associated Press. AFP didirikan pada tahun 1835 dengan mempekerjakan 2.900 karyawannya.

Foto karya Rahmad Suryadi berhasil masuk ke dalam Agency AFP dan banyak menarik perhatian para jurnalistik foto. Disini penulis ingin mengetahui Bagaimana makna foto yang tersirat sudah menggambarkan informasi tentang erupsi gunung sinabung serta penyampaian ke publik juga jelas dengan menggunakan analisis semiotika. Untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini, landasan teori yang akan digunakan adalah teori semiotika oleh Roland Barthes. Roland Barthes menekankan interaksi antara teks dengan

pengalaman personal dan kultural penggunaanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunaanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “*order of signification*”, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal).. Maka penulis menarik judul skripsi dari uraian tersebut dengan **“Makna Foto Bencana Dari Berita Foto Karya Rahmad Suryadi Di Agency AFP (Analisis Semiotika Berita Foto bencana Karya Rahmad Suryadi di Agency AFP)**

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan sehingga peneliti dapat terarah dalam membahas masalah yang akan diteliti. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah ini sebagai berikut : *“Bagaimana nilai-nilai foto yang mempresentasikan makna bencana Erupsi Gunung Sinabung?”*.

C. Pembatasan Masalah

Tujuan adanya pembatasan adalah agar penelitian penulis tidak lari dari arah dan tujuan penelitian. Adapun pembatasan masalah yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Foto bencana yang dimaksud adalah foto bencana alam erupsi sinabung
2. Foto bencana erupsi sinabung yang di posting di Agency AFP
3. Penulis ingin meneliti bagaimana nilai-nilai dari makna foto erupsi gunung sinabung menggunakan analisis semiotika Roland Berthes.

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni bagaimana makna foto karya Rahmad Suryadi mengkonstruksikan nilai-nilai bencana alam erupsi gunung sinabung.

2. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara akedemis, hasil penelitian ini dapat disumbangkan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara khususnya jurusan Ilmu Komunikasi dalam rangka memperkaya literatur bacaan dan khasanah penelitian bagi Mahasiswa.
2. Secara teoritis, diharapkan untuk menerapkan ilmu yang didapat penulis selama menjadi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta memperkaya wawasan penulis.
3. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat diharapkan memberi masukan kepada berbagai pihak khususnya kepada lembaga-lembaga yang terkait dalam hal pendidikan dan pada masyarakat khususnya Mahasiswa.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini, yaitu dengan membagi menjadi beberapa bab dimana masing-masing dibagi kedalam sub-sub dengan rincian sebagai berikut:

BAB I (PENDAHULUAN)

Bab ini membahas: Latar Belakang Masalah, Pembatasan dan Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, dan Sistematika Penulisan.

BAB II (URAIAN TEORITIS)

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan peneliti dalam penelitiannya. Uraian teoritis tersebut berkisar seputar Media Massa, Komunikasi Massa, Pengertian Fotografi dan Teori Semiotik.

BAB III (METODE PENELITIAN)

Bab ini membahas tentang Metodologi penelitian, Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Narasumber Penelitian, Kategorisasi Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data dan Lokasi dan Waktu Penelitian.

BAB IV (ANALISIS HASIL PENELITIAN)

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian mengenai makna foto bencana dari berita foto Rahmad Suryadi di Agency AFP.

BAB V (PENUTUP)

Bab ini mendeskripsikan hasil dari seluruh penelitian dalam rangkuman kesimpulan serta berisi saran-saran dari penulis.

BAB II

URAIAN TEORITIS

Uraian Teoritis adalah suatu penelitian merupakan uraian sistematis tentang teori (bukan sekedar pendapat pakar atau penulis buku) dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti. Berapa jumlah kelompok teori yang perlu dikemukakan, akan tergantung pada luasnya permasalahan dan secara teknis tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Bila dalam suatu penelitian terdapat tiga variabel independen dan satu dependen, maka kelompok teori yang perlu dideskripsikan ada empat kelompok teori, yaitu kelompok teori yang berkenaan dengan variabel independen dan satu dependen. Oleh karena itu, semakin banyak variabel yang diteliti, maka akan semakin banyak teori yang dikemukakan.

A. KOMUNIKASI

1. Pengertian Komunikasi

Menurut Effendy (2011:09), Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Menurut Effendy komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

Menurut Daryanto (2010:10), Komunikasi memiliki sejumlah arti. Para pakar telah membuat banyak upaya untuk mendefinisikan komunikasi. Namun, menetapkan satu definisi tunggal terbukti tidak mungkin dan berguna. Definisi

mana yang dipilih, tergantung pada kegunaannya dan dalam hal apa defenisi diperlukan. Berikut tiga kategori defenisi komunikasi, adalah sebagai berikut :

- a) Tingkat observasi yakni bersifat umum adalah defenisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. Dalam hal yang lebih khusus, defenisi komunikasi adalah alat untuk mengirimkan pesan militer, perintah dan sebagainya melalui telepon, telegraf, radio, kurir dan lainnya.
- b) Tingkat keberhasilan yakni menekankan keberhasilan dan diterimanya pesan yaitu defenisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian. Sementara itu, yang tidak menekankan keberhasilan misalnya defenisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses transmisi informasi.
- c) Tingkat kesengajaan yakni yang mengisyaratkan kesengajaan yaitu defenisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari mempengaruhi perilaku penerima.

Menurut Cangara (2012:21), Ada beberapa defenisi menurut para pakar menurut bidang ilmunya, adalah sebagai berikut :

- a) Defenisi singkat menurut Harold D. Lasswell.

Bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

b) Menurut Steven

Bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli.

c) Everett M. Rogers pakar sosiologi

Komunikasi adalah sebuah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

d) Rogers mengembangkan definisi tersebut bersama D. Lawrence Kincaid (1981).

Melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa, komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk dan melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian mendalam.

e) Menurut Weaver (1949)

Bahwa komunikasi adalah manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja.

Menurut Effendy (2011:11-17), Secara terminologis komunikasi berarti penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni :

a) Proses Komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampain pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi

adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa *bahasa* yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalh yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Wilbur schramm, seorang ahli komunikasi, dalam karyanya, “*Communication Research in the United States*”, menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan *kerangka acuan (frame of reference)*, yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan.

b) Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain denfan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambing sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Pentingnya peranan media, yakni media sekunder, dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Akan tetapi, oleh para ahli komunikasi diakui bahwa keefektifan dan efisiensi komunikasi

bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif. Menurut mereka, yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasive adalah komunikasi tatap muka karena kerangka acuan (*frame of reference*) komunikan dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses komunikasinya, umpan balik berlangsung seketika, dalam arti kata komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu juga. Ini berlainan dengan komunikasi bermedia. Seperti halnya dengan menggunakan media massa, yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya, umpan balik berlangsung tidak pada saat itu. Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus ruang dan waktu, maka dalam menata lambing-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternative perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Komunikan media surat, poster, atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi, atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu pula.

Menurut Sahnnon dan Weaver Fisher, (2007:61) komunikasi juga menerima unsur penyampaian ini akan tetapi mereka menambahkan unsur lainnya pada waktu mereka mendefinisikan komunikasi sebagai semua prosedur melalui makna

fikiran seseorang dapat mempengaruhi orang lainnya. Menurut Shacter, yang menulis bahwa komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan. Definisi semacam itu menempatkan komunikasi sebagai unsur kontrol sosial dimana seseorang mempengaruhi perilaku, keyakinan, sikap dan seterusnya menyadarkan orang lain dalam suatu suasana sosial.

Menurut Wilbur Schram (Fisher, 2007:29) pengertian komunikasi bukan hanya berkisar soal mengerti atau tidak mengerti. Kalau lingkupnya hanya sesempit itu saja, komunikasi hanyalah merupakan aspek sosiologi. Proses komunikasi hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh orang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Dalam kegiatan tersebut, setidaknya memerlukan dua orang yg berpartisipasi dalam hubungan pertukaran informasi melalui seperangkat komunikasi interpersonal sebagai alat dan proses komunikasi yang didasari pengambilan keputusan melalui proses berfikir dalam diri.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold D. Laswell dalam karyanya : *The Structure And Functions Of Communication In Society*. Dimana Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*.

2. Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan

kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima pesan (komunikan) dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut Harold Lasswell (Effendy, 2005:22) terdapat 5 unsur dalam komunikasi, yaitu:

- a. Komunikator (siapa yang mengatakan), adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan kepada komunikan (penerima pesan) dalam sebuah proses komunikasi.
- b. Pesan (mengatakan apa), adalah setiap pemberitahuan, kata atau komunikasi baik lisan maupun tertulis, yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain.
- c. Alat atau media (kepada siapa), adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan.
- d. Komunikan (kepada siapa), adalah pathner atau rekan dari komunikator dalam berkomunikasi, seperti penerima pesan yang telah dikirim oleh komunikator.
- e. Efek (dengan dampak / efek apa?), adalah perubahan, hasil atau konsekuensi yang disebabkan oleh sesuatu (pesan) yang dikirmkan oleh komunikator kepada komunikan.

3. Fungsi Komunikasi

William I. Loren Anderson Mulyana, (2005:05-30), mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi 4, yaitu:

- a) Sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur danb memupuk hubungan dengan orang lain.Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan oleh orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun bagaimana kita merasakan siapa kita.

George Herbert Mead (dalam Jalaluddin Rakhmat, 1994) mngistilahkan significant others (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang di sekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Richard Dewey dan W.J Humber (19969) menamai affective others, untuk orang lain yang dengan mereka kita punya ikatan emosional. Dari merekalah perlahan-lahan kita membentuk konsep diri kita. Selain itu, terdapat juga yang disebut reference group yaitu kelompok yang secara emosioanal mengikat kiota, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Dengan ini, orang akan mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan diri dengan ciri-ciri kelompok.

Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas pada seorang pnanya pada sebuah seminar, walaupun sudah diperingati oleh moderator untuk brbicara singkat dan langsung ke pokok masalah,

penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebar dengan argument-argumen yang kebanyakan tidak relevan.

Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa dipenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Komunikasi sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk membujuk, dan mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah kemudian mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

b) Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Misalnya ibu menunjukkan rasa kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.

c) Sebagai komunikasi ritual

Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai rites of passage, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan, siraman,

dan lain-lain. dalam acara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik.

d) Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrument, komunikasi tidak saja digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Berkaitan dengan fungsi komunikasi ini, seorang ahli bernama Harold D. Laswell memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

- Pengawasan lingkungan yaitu penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.
- Menghubungkan bagian-bagian penting yang tak terpisahkan bagi masyarakat untuk menanggapi lingkungan
- Menurunkan warisan social dari generasi ke generasi

4. Proses Komunikasi

Menurut Effendy (2003:33) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

a. Lambang Verbal

Effendy, (2003:33) mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan. Hal ini disebabkan bahasa dianggap mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal, peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

b. Lambang Nonverbal

Lambang nonverbal adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya kial, isyarat dengan anggota tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi nonverbal.

Mark Knap dalam Cangara, (2004:100) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- 1) Meyakinkan apa yang diucapkan (*Repetition*)
- 2) Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*Subtation*).
- 3) Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*Identity*)
- 4) Menambah atau melengkapi ucapan yang dirasa belum sempurna

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama Effendy, (2003:17). Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak. Kalau komunikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikan banyak, dipakailah perangkat penguat suara.

3. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana dikemukakan oleh Effendy (2003:39) yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.

4. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan circular yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Effendy (2003:39) penggunaan dalam komunikasi yang dimaksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya *Feedback* yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya *Feedback* mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah *Response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator.

5. Efek Komunikasi

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga pengaruh dalam diri

komunikasikan, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk) dan konatif (tingkah laku yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu, Daryanto (2010:27).

Efek komunikasi adalah dampak yang di ikuti dari beragam bentuk pesan atau content, komunikasi yang ditransformasikan dalam interaksi komunikasi atau komunikasi massa. target *audience* yang menjadi sasaran media dan saluran politik lainnya.

Efek komunikasi dalam proses dan tindakan politik ada tiga jenis atau tahap, yaitu :

1. Kognitif yaitu efek komunikasi politik yang berlangsung pada level pemikiran.
2. Afektif yaitu efek komunikasi pada level emotional/ perasaan/sikap.
3. Efek Perilaku (*behavior*) yaitu efek komunikasi politik pada level perilaku

Kemudian ada juga efek jangka pendek dan panjang, antara lain sebagai berikut :

- *Short tern* efek yaitu efek jangka pendek yang berlangsung pada individu, group, dan yang bersifat cepat dan sementara. misal : opini mengenai kasus politik.
- *Long tern* efek yaitu efek komunikasi atau komunikasi massa yang bersifat lambat.

B. MEDIA MASSA

1. Pengertian Media Massa

Menurut McQuail (2005:03), Media Massa berasal dari istilah bahasa Inggris. Media massa merupakan singkatan dari *mass media of communication* atau *media of mass communication*. Media massa adalah “komunikasi dengan menggunakan sarana atau peralatan yang dapat menjangkau massa sebanyak-banyaknya dan area yang seluas-luasnya”. “Komunikasi massa tak akan lepas dari massa, karena dalam komunikasi massa, penyampaian pesannya adalah melalui media”. McQuail juga menyatakan bahwa media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.

Bukan hanya itu, media juga dapat menjadi sumber dominan yang dikonsumsi oleh masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial baik secara individu maupun kolektif, dimana media menyajikan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Pengertian Media Massa adalah berasal dari istilah bahasa Inggris. Media massa merupakan singkatan dari *mass media of communication* atau *media of mass communication*. Media massa adalah “komunikasi dengan menggunakan sarana atau peralatan yang dapat menjangkau massa sebanyak-banyaknya dan area yang seluas-luasnya”. “Komunikasi massa tak akan lepas dari massa, karena dalam komunikasi massa, penyampaian pesannya adalah melalui media” McQuail menyatakan bahwa media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai

pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Bukan hanya itu, media juga dapat menjadi sumber dominan yang dikonsumsi oleh masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial baik secara individu maupun kolektif, dimana media menyajikan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan, (McQuail, 2005:03).

Media massa mempunyai karakter tertentu, yang tidak bisa disamakan oleh media massa yang lain. Media cetak, mampu membuat peristiwa secara lengkap sampai kepada detail-detailnya, dan bisa disimpan dan dibaca ulang. Namun sifat komunikasinya masih tertunda (*delay*). Radio bisa menyiarkan berita secara cepat dan langsung, namun sifat beritanya hanya sekilas dan seringkali tidak mampu diingat secara baik oleh *audience*. Radio juga hanya bersifat audio. Namun radio mampu menghadirkan efek "*theatre of mind*", yaitu Ada beberapa istilah yang sering digunakan untuk menunjuk sebutan yang dianggap sinonim atau diasosiasikan dengan kata periklanan (*advertising*) yakni reklame, pariwisata, atau siaran niaga atau bahkan pesan yang satu ini. Media massa juga menjadi bagian yang sangat penting bagi penyampaian informasi.

Menurut Ibrahim (2007:01), Pada abad media seakan tak ada hari tanpa berita. berita mengalir bersama perubahan sosial yang kita arungi. Media massa memenuhi rasa dahaga khalayak akan peristiwa hangat terkini atau sekedar menjadi hiburan untuk membunuh kesendirian dan mengisi waktu senggang. Diantara sekian banyak berita (*News*) adalah bagian yang cukup penting. Tidak hanya bagi khalayak, tetapi juga bagi media. Ketika media menjadi industri, berita

adalah komoditas yang penting. Bisa dikatakan, pers hidup dari menjual informasi kepada publik. Salah satunya adalah media massa.

Selain itu, penulis naskah iklan, pencipta lagu, pembuat film dan lain sebagainya sebaiknya juga mempertimbangkan khalayak sasaran (*target audience*). Mengingat tidak semua orang menginginkan apa yang mereka jual, maka perusahaan-perusahaan bisnis biasanya menentukan segmen khalayak yang paling mungkin tertarik dengan produk atau jasa yang mereka iklankan. Karenanya, sangatlah tidak efisien kalau menjual suatu produk ke setiap orang. Oleh karena itu, memasarkan suatu produk atau jasa harus dimulai dengan memutuskan bagian mana dari populasi yang paling mungkin membelinya. Itulah gunanya media massa, Ibrahim (2007:136).

Untuk berlangsungnya komunikasi massa, diperlukan saluran yang memungkinkan disampaikan pesan kepada khalayak yang dituju. Saluran tersebut adalah media massa, yaitu sarana teknis yang memungkinkan terlaksananya proses komunikasi massa tertentu. Media massa menurut bentuknya dapat dikelompokkan atas : (Ibrahim, 2007:137)

- Media cetak (*printed media*) yang mencakup surat kabar, majalah, buku, pamflet, brosur dan sebagainya.
- Media elektronik seperti radio, televisi, film, slide, lagu dan lain-lain. Audiens mampu berimajinasi lebih jauh tentang apa yang mereka dengarkan.

Foto mampu menghadirkan gambar peristiwa secara komprehensif, tanpa ditambah dan dikurangi. Foto mampu melengkapi berita dan menambah

legitimasinya. Televisi mampu menjawab kekurangan radio, kesan audiovisual mampu dihadirkan, namun informasi yang dihasilkan juga masih bersifat sekilas, tidak mendalam. Film tidak bisa menjawab kebutuhan berita, namun film mampu merekam kejadian secara audio visual dan bisa diputar berulang-ulang. Film juga bisa dipakai sebagai sarana penyampaian pesan secara fiktif, melalui pengaturan skenario dan penyutradaan.

2. Karakteristik Media Massa

Selanjutnya, media massa memiliki beberapa karakteristik sebagaimana diungkapkan oleh Cangara sebagai berikut (Cangara, 2003:134):

1. Bersifat melembaga: pihak yang mengelola media terdiri atas banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah: komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dengan penerima. Kalau misalnya terjadi reaksi atau umpan balik maka biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak: dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis: seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka: pesan dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, agama, dan suku bangsa. Beberapa

bentuk media massa meliputi alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Media massa terdiri dari media cetak (surat kabar, majalah, dan lain-lain) dan media non cetak atau elektronik (radio, TV, internet, film). Media elektronik (film, radio, dan televisi) sendiri memiliki sejarah yang sangat berbeda dari media cetak. Sebagai produk revolusi industri dan teknologi, media elektronik muncul ketika alam demokrasi di AS sudah berkembang secara penuh dan urbanisasi sudah berlangsung lama, lengkap dengan berbagai persoalan yang dibawanya.

Karena itu media elektronik sejak awal sudah bersifat demokratis, dan sejak awal juga khalayaknya adalah masyarakat luas secara keseluruhan, bukan kalangan tertentu saja. Dahulu tidak seperti media cetak, media elektronik menuntut khalayaknya memberikan perhatian secara penuh karena apa yang disiarkannya tidak akan diulang. Kita bisa membaca tentang plato sekarang, lalu meneruskannya sepuluh tahun kemudian. Kita tidak dapat menikmati siaran radio dan televisi seperti itu, namun teknologi audio dan video kemudian mengubahnya, karena kita bisa merekam secara tertentu untuk kita nikmati pada saat kapan saja diluar pada saat acara itu disiarkan.

Teknologi sifat dasar elektronik, dan kebutuhan akan dukungan yang besar mengharuskan film, radio dan televisi memiliki khalayak luas atau massal. Program acara radio atau film pendekpun memerlukan biaya yang besar dan menuntut bermacam keahlian mulai dari penulis naskah, produser, sutradara, pemain, insinyur dan teknisi yang menangani berbagai peralatan. Untuk menutup semua biaya itu diperlukan khalayak yang besar (Rivers dkk, 2003:59).

Karakteristik atau ciri khas pada media massa pada intinya yaitu media yang ditujukan kepada khalayak umum sebagai sasarannya, hubungan antara komunikator dan konikan hanya bersifat interpersonal tidak terdapat hubungan yang timbal balik, terjadi kontak yang keserempakan dengan banyak orang yang terpisah satu sama lain, memiliki struktur organisasi yang melembaga secara jelas dan isi yang disampaikan mengenai kepentingan umum.

Namun dari kedua jenis media massa baik cetak maupun elektronik memiliki perbedaan dari sifat maupun bentuknya. Menurut Effendy (2005:145) kedua jenis media massa tersebut mempunyai perbedaan yang khas yaitu sebagai berikut:

- a. Pesan-pesan yang disiarkan media massa elektronik hanya sekilas sehingga khalayak harus selalu berada di depan pesawat, sedangkan pesan-pesan yang disiarkan melalui media cetak dapat diulang untuk dipelajari serta disimpan untuk dibaca pada setiap kesempatan.
- b. Kedua jenis media massa tersebut baik cetak maupun elektronik memiliki karakteristik masing-masing. Media cetak/surat kabar memiliki karakteristik yang berbeda dengan televisi maupun media lainnya. Karakteristik media surat kabar
- c. Bahwa media massa pada umumnya berfungsi sebagai wadah informasi yang disampaikan dari satu sumber kesejumlah sasaran.
- d. Surat kabar mempunyai karakter tersendiri sesuai dengan surat kabar itu sendiri. Oleh Karena itu dengan surat kabar sudah jelas bahwa khalayak adalah mereka yang bias membaca. Liputannya tergantung bagaimana dan

siapa pembacanya, jadi bisa sangat heterogen bisa juga homogen. Namun paling penting ialah bahwa dampaknya tidak seketika. Ia membutuhkan waktu yang cukup lama, sementara pengulangan suatu informasi actual akan selalu mempercepat dampak yang dirasakan.

C. KOMUNIKASI MASSA

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Bungin, (2006:71) adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dengan demikian, maka unsur-unsur terpenting didalam komunikasi massa adalah sebagai berikut :

- Komunikator
- Media Massa
- Informasi
- *Gatekeeper*
- Khalayak/Publik
- Umpan balik

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner dalam Rakhmat, (2009 : 188) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner.

Menurut Gerbner dalam Rakhmat, (2009 : 188) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sedangkan menurut Rakhmat (Rakhmat, 2009 : 189) komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Menurut A. Devito (Effendy 2002:21) komunikasi massa adalah yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Sedangkan menurut (Rakhmat, 2009:89) komunikasi dapat dilihat sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, melalui media cetak atau media elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan.

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau media elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Perkataan dalam definisi ini menekankan pengertian bahwa jumlah sebenarnya penerima komunikasi massa pada saat tertentu tidaklah esensial.

Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan kegembiraan dalam kehidupan seseorang. Tetapi dalam perkembangan teknologi komunikasi

yang begitu cepat terutama dalam bidang penyiaran dan media pandang dengan audio visual, menyebabkan fungsi media telah mengalami banyak perubahan.

2. Ciri Utama Komunikasi Massa

- a) Komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal, dan sang pengirimnya seringkali merupakan komunikator profesional.
- b) Pesan tersebut sering kali diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak.
- c) Pesannya tidak unik dan beraneka ragam serta dapat diperkirakan.
- d) Pesan juga merupakan suatu produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar serta acuan simboliknya mengandung nilai kegunaan.
- e) Hubungan antara pengirim dan penerima pesan bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif.

3. Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut Effendy, (2003: 81) ialah sebagai berikut:

a. Komunikasi bersifat umum

Pesan yang disampaikan terbuka untuk semua orang. Benda-benda tercetak film, radio, televisi apabila di pergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa.

b. Komunikasi bersifat heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan, komunikasi erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan.

c. Media massa menimbulkan keserempakan

Yang dimaksud dengan keserempakan adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dan komunikator dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non pribadi

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non pribadi. Komunikan yang anonim dicapai oleh orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator.

Secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, televisi, film dan lain sebagainya. Bila sistem komunikasi massa diperbandingkan dengan sistem komunikasi interpersonal, secara teknis kita menunjukkan empat tanda pokok dan komunikasi massa menurut Elizabeth Noelle Neuman dalam buku Rakhmad (2009: 1 89), yaitu:

- 1) Bersifat tidak langsung
- 2) Bersifat satu arah
- 3) Bersifat terbuka
- 4) Mempunyai public yang secara geografis tersebar.

4. Efek Komunikasi Massa

Berdasarkan teorinya, efek komunikasi massa dibedakan menjadi tiga jenis efek, yaitu efek terhadap individu, masyarakat dan kebudayaan. Menurut A. Chafee (Effendy, 2003: 80) efek-efek komunikasi massa tersebut ialah:

- a. Efek ekonomis: menyediakan pekerjaan, menggerakkan ekonomi (contoh: dengan adanya industri media massa membuka lowongan pekerjaan).

- b. Efek sosial : menunjukkan status (contoh : seseorang kadang-kadang dinilai dan media massa yang ia baca, seperti surat kabar Pos Kota memiliki pembaca berbeda dibandingkan dengan pembaca surat kabar Kompas).
- c. Efek penjadwalan kegiatan
- d. Efek penyaluran/ penghilang perasaan
- e. Efek perasaan terhadap jenis media

D. FOTOGRAFI

1. Pengertian Fotografi

Menurut Sudarma (2014:2) memberikan pengertian bahwa media foto adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Media foto atau istilahkan dengan fotografi merupakan sebuah media yang bisa digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting.

Menurut Bull (Sudjojo, 2010:5) kata dari fotografi berasal dari dua istilah Yunani: photo dari phos (cahaya) dan graphy dari graphe (tulisan atau gambar). Maka makna harfiah fotografi adalah menulis atau menggambar dengan cahaya. Dengan ini maka identitas fotografi bisa digabungkan menjadi kombinasi dari sesuatu yang terjadi secara alamiah (cahaya) dengan kegiatan yang diciptakan oleh manusia dengan budaya (menulis dan menggambar/melukis).

Menurut Sudjojo (2010:6), mengemukakan bahwa pada dasarnya fotografi adalah kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mendapatkan hasil yang kita inginkan. Fotografi dapat dikategorikan sebagai teknik dan seni. Sudjojo

juga mengatakan bahwa fotografi sebagai teknik adalah mengetahui cara-cara memotret dengan benar, mengetahui cara-cara mengatur pencahayaan, mengetahui cara-cara pengolahan gambar yang benar, dan semua yang berkaitan dengan fotografi sendiri. Sedangkan fotografi sebagai karya seni mengandung nilai estetika yang mencerminkan pikiran dan perasaan dari fotografer yang ingin menyampaikan pesannya melalui gambar/foto.

Fotografi tidak bisa didasarkan pada berbagai teori tentang bagaimana memotret saja karena akan menghasilkan gambar yang sangat kaku, membosankan dan tidak memiliki rasa. Fotografi harus disertai dengan seni

2. Fotografi Sebagai Media Informasi

Menurut Gani & Kusumalestari (2014:6) mengatakan: Rasanya tidak ada media massa cetak (surat kabar, tabloid, dan majalah) di negeri ini yang tidak menyertakan foto dalam setiap terbitannya. Foto seringkali menjadi daya tarik bagi pembaca sebelum membaca berita. (quote) kedudukan karya foto disini adalah sebagai daya tarik, maka esensi dari karya foto dalam jurnalistik adalah sebagai pelengkap/penunjang dari sebuah berita. Menurut Gani & Kusumalestari menambahkan bahwa 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.

3. Tujuan Fotografi

Dalam fotografi memiliki tujuan dan sasaran yang berbeda-beda. Beberapa tujuan dan termasuk dalam bidang tersebut antara lain:

1. Penerangan, tujuannya adalah untuk mendidik atau memungkinkan untuk mengambil keputusan yang benar, seperti pemotretan untuk dokumen, pembuatan media pembelajaran, gambar-gambar untuk fasilitas pembelajaran dan foto yang berhubungan dengan pendidikan dan proses belajar mengajar.
2. Informasi yang mempunyai tujuan tertentu. Gambar pada perdagangan dan periklanan serta propaganda politik merupakan salah satu tujuan fotografi. Tujuannya adalah supaya tampak cermerlang dan lebih merangsang. Sasarannya adalah konsumen yang memanfaatkan barang yang dipasarkan.
3. Penemuan. Karena kamera dalam banyak bidang dapat menciptakan berbagai macam teknik, maka dapat dipergunakan sebagai objek eksplorasi dalam berbagai riset. Seperti pemotretan jarak dekat, sudut lebar, landscape, kecepatan tinggi dan lain sebagainya.
4. Pencatatan. Pemotretan memungkinkan adanya alat yang paling sederhana dan paling murah untuk pengabdian kenyataan dalam bentuk gambar. Maksud dari kalimat tersebut adalah, pemotretan merupakan sebuah media yang memfasilitasi pencatatan/ pendokumentasian setiap moment yang paling berharga dan menceritakan kembali dimasa-masa yang akan datang.
5. Hiburan. Sebagai salah satu bentuk apresiasi seni. Setian foto yang dihasilkan akan menciptakan suatu hiburan tersendiri bagi yang memandang. Setiap foto yang dipamerkan akan menimbulkan interpretasi atau conflict bagi setiap orang yang menikmati.

6. Pengungkapan pribadi. Foto juga dapat berfungsi sebagai ajang untuk mengungkapkan isi hati, menunjukkan kreativitas dan berpendapat melalui sebuah gambar.

<https://grafispaten.wordpress.com/2011/06/07/tujuan-fotografi/dikutip/16-05-2018>)

4. Forografi Jurnalistik

Sejak abad ke 19, berbagai karya foto dokumenter diproduksi dalam rangka membuat berita maupun kritik sosial. Foto-foto tersebut dibuat untuk memberitakan suatu fakta sosial (seperti kemiskinan, kelaparan), maupun menggugah empati para pengamatnya. Di Amerika, penerapan foto untuk tujuan dokumentasi ini diprakarsai Jacob Riis dan Lewis Hine, lewat dokumentasi tentang kondisi ekonomi Amerika yang terpuruk pada rentang masa akhir abad 19 hingga awal abad 20.47 Riis mendokumentasikan kehidupan para pekerja migran dan anak-anak mereka, sementara Hine mendokumentasikan eksploitasi anak-anak pekerja. Selain mengabadikan fakta sosial, foto-foto itu dibuat untuk menimbulkan solidaritas kemanusiaan, (David, 2009:46).

Fotografi jurnalistik adalah fotografi yang diaplikasikan untuk keperluan memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi tentang suatu fakta secara benar dan dapat dipercaya. Pengertian fotografi jurnalistik pada umumnya dimengerti dalam kerangka fotografi pers atau fotografi untuk membuat berita atau reportase tentang suatu peristiwa atau fakta tertentu, misalnya: peristiwa politik, ekonomi, bencana alam, atau perang. Namun, Thomas H. Wheeler memperluas pengertian foto jurnalistik dengan melihat “lingkup fotografis non-fiksi”, yaitu sebagai

fotografi dalam konteks media massa yang menampilkan foto untuk kepentingan berita, editorial, dokumenter, dan keperluan non-fiksi lainnya.

Dalam hal ini, foto jurnalistik mencakup foto-foto yang didistribusikan secara luas melalui media massa seperti koran, majalah, televisi, buku (maupun internet mulai abad ke-20) untuk keperluan non-fiksional, entah itu berupa pelengkap suatu teks, fitur, ataupun berita. Kemunculan fotografi dokumenter untuk keperluan pemberitaan mengubah cara pandang orang dalam memahami “obyektivitas” foto dokumenter. Bate menyatakan bahwa untuk menghasilkan efek naratif, gambar perlu melewati suatu proses pengolahan. Proses produksi dan distribusi suatu foto berita melibatkan banyak subyek (fotografer, editor, operator cetak, distributor). Muncullah kesadaran akan pentingnya peran subyektif manusia dalam produksi foto, seiring dengan kesadaran akan kontrol yang bergeser bukan hanya pada fotografer, tetapi juga berbagai pihak lainnya terutama editor, (David, 2009:46).

Terdapat beberapa pengertian mengenai fotografi jurnalistik yang dikemukakan oleh para ahli fotografi. Menurut Hanapi yang dimaksud dengan fotografi jurnalistik yaitu kegiatan fotografi yang bertujuan merekam jurnal peristiwa-peristiwa yang menyangkut manusia. Wilson Hick dalam bukunya *Word and Picture* memberi batasan fotografi jurnalistik adalah media komunikasi verbal dan visual yang hadir bersamaan. Sedangkan Soelarko mendefinisikan foto jurnalistik sebagai foto berita atau bisa juga disebut sebagai sebuah berita yang disajikan dalam bentuk foto. Sementara itu Oscar Motuloh, fotografer senior Biro Foto *LKBN Antara* Jakarta menyebut foto jurnalistik adalah medium sajian untuk

menyampaikan beragam bukti visual atas suatu peristiwa pada suatu masyarakat seluas-luasnya, bahkan hingga kerak dibalik peristiwa tersebut, tentu dalam waktu yang sesingkat-singkatnya.

Dilihat dari beberapa pengertian yang ada maka foto jurnalistik dapat disebut sebagai suatu sajian dalam bentuk foto akan sebuah peristiwa yang terjadi, di mana peristiwa tersebut berkaitan dengan aspek kehidupan manusia dan disampaikan guna kepentingan manusia itu sendiri. Kepentingan manusia dalam hal ini berupa kebutuhan akan informasi atau juga berita yang terjadi di seluruh belahan bumi ini.

Syarat umum untuk membuat foto berita dengan baik adalah:

1. Memiliki pengetahuan konseptual; mempersoalkan isi (picture content, news content)
2. Memiliki keterampilan teknis: mempersoalkan penyajian teknis yang matang secara fotografi.

Foto-foto yang dimuat dalam surat kabar memang tidak selalu menggambarkan suatu peristiwa atau berita (*newsphoto*), melainkan bisa juga bersifat ilustratif, yaitu bisa berdiri sendiri atau menyertai suatu artikel, termasuk di dalamnya adalah foto-foto yang bersifat '*human interest*' (menarik perhatian dan membangkitkan kesan). Foto-foto yang dimuat dalam surat kabar itu secara 'salah kaprah' biasa disebut sebagai foto jurnalistik, artinya foto yang dihasilkan oleh kerja jurnalis (wartawan) di lapangan.

Suatu foto memang tidak bisa melukiskan keterangan-keterangan verbal yang diperoleh wartawan di lapangan, tapi dengan kemampuan visualisasi yang

disuguhkan, sebuah foto bisa mengungkapkan pandangan mata yang sulit untuk dilukiskan dengan kata-kata. Berbeda dengan berita tulis di mana wartawan bisa secara tidak sengaja memasukkan subjektivitas yang bisa memengaruhi opini. Dengan foto akan memperkecil subjektivitas tersebut. Kepada pembaca disuguhkan secara visual apa adanya. Pembaca akan memberi penafsiran terhadap foto tersebut; yang tentu saja satu dengan lainnya bisa berbeda. Maka tidaklah salah ungkapan “*one picture is worth one thousand words*”

<https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2011/08/14/fotografi-jurnalistik/dikutip/28-07-2018>)

E. MEDIA ONLINE

1. Pengertian Media Online

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis pada telekomunikasi dan multimedia dengan memiliki informasi yang bersifat Update (terbaru), aktual dan menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet. Media online merupakan media yang berbasiskan teknologi komunikasi interaktif dalam hal ini jaringan komputer, dan oleh karenanya ia memiliki ciri khas yang tidak dimiliki media konvensional lainnya, salah satunya adalah pemanfaatan Internet sebagai wahana di mana media tersebut ditampilkan, sekaligus sarana produksi dan penyebaran informasinya. Oleh karena itu, peranan teknologi komunikasi dalam hal ini internet, sangatlah besar dalam mendukung setiap proses penyelenggaraan media online. Besarnya pengaruh teknologi Internet dalam penyelenggaraan media online ditunjukkan lewat pengeksploasian setiap karakter yang dimiliki internet yang kemudian diadopsi oleh media online, (Santana, 2005:137).

2. Karakteristik Media Online

Asep Syamsul & M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengemukakan Karakteristik dan keunggulan media online dibandingkan ”media konvensional” (cetak/elektronik) antara lain:

- a) Kapasitas luas –halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
- b) Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
- c) Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
- d) Cepat, begitu di Upload langsung bisa diakses semua orang.
- e) Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- f) Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- g) Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
- h) Interaktif, dua arah, dan ”egaliter” dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling dan lain sebagainya.
- i) Terdokumentasi, informasi tersimpan di ”bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui ”link”, ”artikel terkait”, dan fasilitas ”cari” (search).
- j) Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji

Karakteristik umum yang dimiliki media online menurut Wahyono (2006:133) antara lain sebagai berikut :

1. Kecepatan (aktualitas) informasi. 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. Dengan demikian mempercepat distribusi informasi ke pasar (pengakses), dengan jangkauan global lewat jaringan internet, dan dalam waktu bersamaan .dan umumnya informasi yang ada tertuang dalam bentuk data dan fakta bukan cerita.

2. Adanya pembaruan (*updating*) informasi. Informasi disampaikan secara terus menerus, karena adanya pembaruan (*updating*) informasi. Penyajian yang bersifat realtime ini menyebabkan tidak adanya waktu yang diistimewakan (*prime time*) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengaksesnya.
3. Interaktivitas. Salah satu keunggulan media online ini yang paling membedakan dirinya dengan media lain adalah fungsi interaktif. Model komunikasi yang digunakan media konvensional biasanya bersifat searah (*linear*) dan bertolak dari kecenderungan sepihak dari atas (*top-down*). Sedangkan media online bersifat dua arah dan egaliter. Berbagai *features* yang ada seperti *chatroom*, *e-mail*, *online polling/survey*, *games*, merupakan contoh *interactive options* yang terdapat di media online. Pembaca pun dapat menyampaikan keluhan, saran, atau tanggapan ke bagian redaksi dan bisa langsung dibalas.
4. Personalisasi. Pembaca atau pengguna semakin otonom dalam menentukan informasi mana yang ia butuhkan. Media online memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya, dan menghapus informasi yang tidak ia butuhkan. Jadi selektivitas informasi dan sensor berada di tangan pengguna (*self control*).

5. Kapasitas muatan dapat diperbesar. Informasi yang termuat bisa dikatakan tanpa batas karena didukung media penyimpanan data yang ada di server komputer dan sistem global. Informasi yang pernah disediakan akan tetap tersimpan, dan dapat ditambah kapan saja, dan pembaca dapat mencarinya dengan mesin pencari (*search engine*).
6. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*). Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke bank data yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber luar. Karakter hyperlink ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs media online dan menggunakan fasilitas yang sama dalam media tersebut, misalnya dalam *chatroom*, lewat *e-mail* atau *games*.

3. Macam-Macam Media Online

Menurut Puntoadi (2011: 34) bahwa terdapat beberapa macam-macam media Online adalah sebagai berikut..

- a. ***Online Communities And Forums***. Komunitas online dan forum tersebut datang dalam segala bentuk dan ukuran dimana banyak dibuat oleh pelanggan ataupun kelompok yang pelanggan tanpa adanya bunga komersial ataupun dengan afiliasi perusahaan. Sebagian hal ini disponsori oleh perusahaan yang anggotanya berkomunikasi dengan perusahaan dan dengan satu sama lain yang melalui posting, instant, messaging, dan juga

chatting yang berdiskusi mengenai minat khusus yang dapat berhubungan dengan produk perusahaan dan mereka.

- b. **Blogs.** Terdapat tiga juta pengguna blog dan mereka yang sangat beragam, yang beberapa pribadi untuk teman-teman dekat dan keluarga, lainnya dirancang untuk menjangkau dan juga mempengaruhi khalayak luas.
- c. **Social Networks.** Jaringan sosial telah menjadi kekuatan yang penting baik dalam bisnis konsumen dan juga pemasaran bisnis ke bisnis. Salah satunya dari facebook, messenger, twitter dan juga Blackberry dll. Jaringan yang berbeda tersebut menawarkan manfaat yang berbeda pula untuk perusahaan.
- d. **Bookmarking.** Berbagai alamat website yang menurut pengguna bookmark sharing menarik minat mereka. Bookmarking memberikan sebuah kesempatan untuk menshare link dan tag yang diminati. Hal demikian bertujuan agar setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.
- e. **Content Sharing.** Melalui situs-situs content sharing tersebut orang-orang menciptakan berbagai media dan juga publikasi untuk berbagi kepada orang lain. YouTube dan Flickr merupakan situs content sharing yang biasa dikunjungi oleh khalayak.
- f. **Wiki.** Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda misalnya situs knowledge sharing, wikitravel yang memfokuskan sebuah diri informasi tempat, dan konsep komunitas lebih eksklusif.

- g. *Flickr*. Situs yang dimiliki yahoo mengkhususkan sebuah image sharing dengan kontributor yang ahli di setiap bidang fotografi di seluruh dunia. Flickr menjadikan "photo catalog" yang setiap produk dapat dipasarkan.
- h. *Social Network*. Aktivitas yang menggunakan fitur yang disediakan oleh situs tertentu menjalin sebuah hubungan, interaksi dengan sesama. Situs sosial networking tersebut adalah linkedin, facebook, dan MySpace.
- i. *Creating Opinion*. Media sosial tersebut memberikan sarana yang dapat berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui hal tersebut, creating opinion, semua orang dapat menulis, jurnalis dan sekaligus komentator.
- j. *Game Online*. jenis permainan komputer yang memanfaatkan jaringan komputer. Jaringan yang biasanya digunakan adalah jaringan internet dan yang sejenisnya serta selalu menggunakan teknologi yang ada saat ini, seperti modem dan koneksi kabel. Biasanya permainan daring disediakan sebagai tambahan layanan dari perusahaan penyedia jasa online, atau dapat diakses langsung melalui sistem yang disediakan dari perusahaan yang menyediakan permainan tersebut. Sebuah game online bisa dimainkan secara bersamaan dengan menggunakan computer yang terhubung ke dalam sebuah jaringan tertentu.

F. MEDIA CETAK

1. Pengertian Media Cetak

Media cetak merupakan media tertua yang ada dimuka bumi. Media cetak berawal dari media yang disebut dengan Acta Diuna dan Acta Senatus dikerajaan

romawi, kemudian berkembang pesat setelah Johannes Gutenberg menemukan mesin cetak hingga kini sudah beragam bentuknya, seperti surat kabar, tabloid, dan majalah. Media cetak adalah segala barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan seperti yang sudah disebutkan sebelumnya macam-macam media cetak pada umumnya, (Suranto, 2010:228).

Sejarah media modern berawal dari buku cetak. Meskipun pada awalnya upaya pencetakan buku hanyalah merupakan upaya penggunaan alat teknik untuk memproduksi teks yang sama atau hampir sama, yang telah disalin dalam jumlah yang besar, namun sejarah media modern berawal dari buku cetak. Meskipun pada awalnya upaya pencetakan buku hanyalah merupakan upaya penggunaan alat teknik untuk memproduksi teks yang sama atau hampir sama, yang telah disalin dalam jumlah yang besar, namun upaya itu tentu saja masih dapat disebut semacam revolusi. Lambat laun perkembangan buku cetak mengalami perubahan dalam segi isi—semakin bersifat sekular dan praktis. Kemudian semakin banyak pulakarya populer, khususnya dalam wujud brosur dan pamflet politik dan agama yang ditulis dalam bahasa daerah, yang ikut berperan dalam proses transformasi abad pertengahan. Jadi, pada masa terjadinya revolusi dalam masyarakat buku pun ikut memainkan peran yang tidak dapat dipisahkan dari proses revolusi itu sendiri, (Suranto, 2010:229).

Dalam konsep pengertian di atas, media cetak (surat kabar dan majalah) memiliki kadar inovasi yang lebih tinggi daripada buku cetak—penemuan (invensi) bentuk karya tulis, sosial dan budaya yang baru meskipun pada masa itu pandangan yang muncul tidak demikian adanya. Kekhususan surat kabar, jika

dibandingkan dengan sarana komunikasi budaya lainnya, terletak pada individualisme, orientasi pada kenyataan, kegunaan, sekularitas (nilai-nilai), dan kecocokannya dengan tuntutan kebutuhan kelas sosial baru, yakni kebutuhan para usahawan kota dan orang profesional. Kualitas kebaruannya bukan terletak pada unsur teknologi atau cara distribusinya, melainkan pada fungsinya yang tepat bagi kelas sosial tertentu yang berada dalam iklim kehidupan yang berubah dan suasana yang secara sosial dan politis lebih bersifat permisif (terbuka), (Suranto, 2010:230).

2. Karakteristik Media Cetak

Berikut ini adalah karakteristik media cetak yang dijadikan sebagai ciri khas keunggulan dan kelemahan dari media cetak adalah sebagai berikut :

(<https://pakarkomunikasi.com/karakteristik-media-cetak/diakes/15-11-2017/dikutip/27-07-2018>)

- a) **Praktis, Cepat, dan Murah.** Karakteristik media cetak yang pertama adalah praktis, cepat, dan murah. Walaupun sebenarnya media massa lebih praktis ketimbang media cetak, namun media cetak seiring berkembangnya teknologi dan komunikasi, semakin praktis dan cepat sampai kepada pembaca. Dengan adanya teknologi cetak yang memadai membuat konsumen pembaca cepat terpenuhi, dan kantor redaksi pun bisa memanfaatkannya.
- b) **Daya Jangkau.** Walaupun sebenarnya media massa oleh siapapun dan di mana saja, namun media cetak tidak kalah juga jangkauannya. Untuk media massa kelemahannya adalah pada kekuatan sinyal. Karena tidak semua tempat seperti tempat daerah yang pelosok dimungkinkan kesulitan pada

sinyal, sehingga media massa tidak dapat menjangkaunya. Berbeda halnya dengan media cetak yang dapat menjangkau hingga ke pelosok desa sekalipun.

- c) **Tahan Lama.** Media cetak memiliki ketahanan yang cukup lama, karena tidak basi dan tetap hangat berita dalam media cetak. Dalam hal ini, media massa pun juga berlaku demikian, namun dalam media cetak, beritanya masih bisa dibaca ulang tanpa harus mencarinya kembali karena tertumpuk oleh berita-berita yang baru. Ketahanan berita yang dapat dibaca ulang kapanpun, merupakan suatu keunggulan pada media cetak pada kategori kehangatan beritanya
- d) **Massal.** Umumnya, media massa memiliki informasi-informasi yang berdasarkan konten, sehingga membuat media massa hanya memberitakan pada satu topik saja pada satu website atau redaksi. Namun, hal ini tidak berlaku dalam media cetak yang memberikan beberapa informasi dan berita yang berbagai konten atau jenis topik. Sehingga media cetak memiliki karakteristik massal yang artinya adalah bahwa media cetak dapat memberikan informasi dan berita dari berbagai topik pembahasan.
- e) **Fleksibel.** Karakteristik media cetak selanjutnya adalah sifatnya yang fleksibel alias mudah dibaca di mana saja dan kapan saja. Sehingga media cetak seperti majalah, koran, dan lain sebagainya bisa dibaca kapanpun dan di manapun kita berada. Karakteristik ini sebenarnya juga ada pada media massa yang mana bersifat fleksibel alias bisa dibaca di mana saja dan kapan saja. Namun, seiring berkembangnya jaman dan teknologi

maupun komunikasi, media cetak pun memiliki inovasi dalam pencetakan media yang cepat dan fleksibel.

- f) **Masa Singkat.** Media cetak memiliki masa yang singkat alias tidak seperti media massa yang mungkin bisa diakses kembali beritanya. Walaupun media massa beritanya selalu tertumpuk oleh berita-berita dan informasi yang baru, namun hal ini bisa diatasi dengan kita mencari sesuai keyword atau judul di kolom pencarian. Hal ini tidak berlaku pada media cetak yang mungkin bisa saja hilang jika kita tidak menyimpannya dengan baik dan benar.
- g) **Kesalahan Cetak.** Karakteristik media cetak selanjutnya adalah kelemahan dari media cetak yang mana jika terjadi kesalahan tulisan atau kesalahan cetak, tidak dapat diklarifikasi kembali. Kecuali dua cara, yang pertama yaitu cetak ulang, yang kedua adalah melakukan klarifikasi di periode atau tanggal selanjutnya. Namun kelemahannya adalah, jika salah cetak akan makan biaya yang lebih mahal dan untuk klarifikasi di periode selanjutnya bahwa kelemahannya adalah akan membuat masyarakat yang membaca menjadi salah paham. Berbeda halnya dengan media massa yang bisa diedit dan diklarifikasi secara langsung pada postingan berita terbaru. Hal ini bisa meminimalisir kesalahpahaman pembaca jika terdapat informasi atau berita yang salah disampaikan
- h) **Objektif** adalah suatu sikap yang lebih pasti dan lebih dapat diyakini keabsahannya dan juga dapat melibatkan perkiraan serta asumsi. Dalam

hal ini, objektif dalam media cetak adalah media cetak lebih nyata dikarenakan berita yang ditulis dan diterbitkan oleh suatu Perusahaan.

i) **Akurat**, akurat yang dimaksudkan disini adalah media cetak lebih teliti, cermat dan benar beritanya. Dikarenakan berita ditulis langsung oleh jurnalis, jelas siapa jurnalisnya dan beritanya dapat dipertanggung jawabkan.

j) **Seimbang**, adalah jumlah yang sama besar antara hak dan kewajiban. Dalam hal ini, media cetak memberikan timbal balik yang sesuai antara jurnalis dan konsumen.

G. SEMIOTIKA

1. Pengertian Semiotika

Berbicara kajian ilmu komunikasi, khususnya tentang analisis teks media, maka tidak akan pernah lepas membahas tentang semiotika. Kajian ini populer digunakan oleh akademisi/ ilmuwan komunikasi sebagai pisau analisis dalam penelitian-penelitian yang berkaitan dengan media massa. Istilah semiotika sendiri berasal dari kata Yunani "*semeion*" yang berarti tanda. Para pakar mempunyai pengertian masing-masing dalam menjelaskan semiotika. John Fiske (2007:142) berpandangan bahwa semiotika adalah studi tentang tanda dan cara tanda itu bekerja.

Sedangkan Preminger (Sobur, 2006:75) menyebutkan semiotika merupakan ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/ masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik itu mempelajari

sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut memiliki arti.

Peirce (Sobur, 2006) berpendapat bahwa dasar semiotika konsep tentang tanda: tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia sendiri pun, sejauh terkait dengan pikiran manusia-seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena, jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas.

Kajian semiotika sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem kerja), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan) (Jakobson, 1963, dalam Hoed, 2001:140). Semiotika signifikasi memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu.

Semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut “tanda” dengan demikian semiotika mempelajari hakekat tentang keberadaan tanda, baik itu dikonstruksikan oleh simbol dan kata-kata yang digunakan dalam konteks sosial, Sobur (2006:87). Semiotika dipakai sebagai pendekatan untuk menganalisa suatu baik itu berupa teks gambar ataupun symbol di dalam media cetak ataupun elektronik. Dengan asumsi media itu sendiri dikomunikasikan dengan simbol dan kata.

Interprestasi terhadap sesuatu hal yang ada dalam suatu realitas kehidupan yang didalamnya terdapat simbol –simbol atau tanda, kemudian akan di apresiasikan dan dikonstruksikan ke dalam suatu media pesan bisa berupa teks, gambar ataupun film. Dalam mempersepsikan realitas di dunia akan sangat dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman seseorang, hal tersebut nantinya akan banyak menentukan hasil interprestasi terhadap suatu hal.

Delapan Analisis semiotika modern dikembangkan oleh Ferdinand De Saussure, ahli linguistik dari benua Eropa dan Charles Sanders Pierce, seorang filosof asal benua Amerika. Saussure menyebut ilmu yang dikembangkannya semiologi yang membagi tanda menjadi dua komponen yaitu penanda (*signifier*) yang terletak pada tingkatan ungkapan dan mempunyai wujud atau merupakan bagian fisik seperti huruf, kata, gambar, dan bunyi dan komponen yang lain adalah petanda (*signified*) yang terletak dalam tingkatan isi atau gagasan dari apa yang diungkapkan, serta sarannya bahwa hubungan kedua komponen ini adalah sewenang-wenang yang merupakan hal penting dalam perkembangan semiotik. Sedangkan bagi pierce, lebih memfokuskan diri pada tiga aspek tanda yaitu dimensi ikon, indeks dan simbol, Berger (2000:3-4). Semiotika merupakan ilmu yang membahas tentang tanda.

Terbentuk dari sistem tanda yang terdiri dari penanda dan petanda. Meskipun bahasa adalah bentuk yang paling mencolok dari produksi tanda manusia, diseluruh dunia sosial kita juga didasari oleh pesan-pesan visual yang sama baiknya dengan tanda linguistik, atau bahkan bersifat eksklusif visual. Hal-hal yang memiliki arti simbolis tak terhitung jumlahnya dalam sebuah film.

Kebanyakan film memberikan setting arti simbolik yang penting sekali. Dalam setiap bentuk cerita sebuah simbol adalah sesuatu yang konkret yang mewakili atau melambang.

2. Teori-Teori Semiotika

Semiotik (*semiotic*) adalah teori tentang pemberian ‘tanda’. Secara garis besar semiotik digolongkan menjadi tiga konsep dasar, yaitu semiotik pragmatik (*semiotic pragmatic*), semiotik sintatik (*semiotic syntactic*), dan semiotik semantik (*semiotic semantic*) (Wikipedia,2007).

Semiotik Pragmatik (*semiotic pragmatic*), Semiotik Pragmatik menguraikan tentang asal usul tanda, kegunaan tanda oleh yang menerapkannya, dan efek tanda bagi yang menginterpretasikan, dalam batas perilaku subyek. Dalam arsitektur, semiotik pragmatik merupakan tinjauan tentang pengaruh arsitektur (sebagai sistem tanda) terhadap manusia dalam menggunakan bangunan. Semiotik Pragmatik Arsitektur berpengaruh terhadap indera manusia dan perasaan pribadi (kesinambungan, posisi tubuh, otot dan persendian). Hasil karya arsitektur akan dimaknai sebagai suatu hasil persepsi oleh pengamatnya, hasil persepsi tersebut kemudian dapat mempengaruhi pengamat sebagai pemakai dalam menggunakan hasil karya arsitektur. Dengan kata lain, hasil karya arsitektur merupakan wujud yang dapat mempengaruhi pemakainya.

Semiotik Sintaktik (*semiotic syntactic*), Semiotik Sintaktik menguraikan tentang kombinasi tanda tanpa memperhatikan ‘makna’nya ataupun hubungannya terhadap perilaku subyek. Semiotik Sintaktik ini mengabaikan pengaruh akibat bagi subyek yang menginterpretasikan. Dalam arsitektur, semiotik sintaktik

merupakan tinjauan tentang perwujudan arsitektur sebagai paduan dan kombinasi dari berbagai sistem tanda. Hasil karya arsitektur akan dapat diuraikan secara komposisional dan ke dalam bagian-bagiannya, hubungan antar bagian dalam keseluruhan akan dapat diuraikan secara jelas.

Semiotik Semantik (*semiotic semantic*), Semiotik Semantik menguraikan tentang pengertian suatu tanda sesuai dengan ‘arti’ yang disampaikan. Dalam arsitektur semiotik semantik merupakan tinjauan tentang sistem tanda yang dapat sesuai dengan arti yang disampaikan. Hasil karya arsitektur merupakan perwujudan makna yang ingin disampaikan oleh perancang yang disampaikan melalui ekspresi wujudnya. Wujud tersebut akan dimaknai kembali sebagai suatu hasil persepsi oleh pengamatnya. Perwujudan makna suatu rancangan dapat dikatakan berhasil jika makna atau ‘arti’ yang ingin disampaikan oleh perancang melalui rancangannya dapat dipahami dan diterima secara tepat oleh pengamatnya, jika ekspresi yang ingin disampaikan perancang sama dengan persepsi pengamatnya. Menurut Sobur (2006:88), Adapun berbagai macam teori semiotik adalah sebagai berikut :

1) **Teori C.S Peirce**

Peirce mengemukakan teori segitiga makna atau *triangle meaning* yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (*sign*), *object*, dan *interpretant*.

Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menurut Peirce terdiri dari Simbol (tanda yang muncul dari kesepakatan), Ikon

(tanda yang muncul dari perwakilan fisik) dan *Indeks* (tanda yang muncul dari hubungan sebab-akibat). Sedangkan acuan tanda ini disebut objek. Objek atau acuan tanda adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda. Interpretant atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Hal yang terpenting dalam proses semiosis adalah bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang saat berkomunikasi. Contoh: Saat seorang gadis mengenakan rok mini, maka gadis itu sedang mengomunikasi mengenai dirinya kepada orang lain yang bisa jadi memaknainya sebagai simbol keseksian. Begitu pula ketika Nadia Saphira muncul di film Coklat Strowberi dengan akting dan penampilan fisiknya yang memikat, para penonton bisa saja memaknainya sebagai icon wanita muda cantik dan menggairahkan.

2) **Teori Ferdinand De Saussure**

Teori Semiotik ini dikemukakan oleh Ferdinand De Saussure (1857-1913). Dalam teori ini semiotik dibagi menjadi dua bagian (dikotomi) yaitu penanda (*signifier*) dan pertanda (*signified*). Penanda dilihat sebagai bentuk/wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedang pertanda dilihat sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan/atau nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur. Eksistensi semiotika Saussure adalah relasi antara penanda dan petanda berdasarkan

konvensi, biasa disebut dengan signifikasi. Semiotika signifikasi adalah sistem tanda yang mempelajari relasi elemen tanda dalam sebuah sistem berdasarkan aturan atau konvensi tertentu. Kesepakatan sosial diperlukan untuk dapat memaknai tanda tersebut. Menurut Saussure, tanda terdiri dari: Bunyi-bunyian dan gambar, disebut *signifier* atau penanda, dan konsep-konsep dari bunyi-bunyian dan gambar, disebut *signified*. Dalam berkomunikasi, seseorang menggunakan tanda untuk mengirim makna tentang objek dan orang lain akan menginterpretasikan tanda tersebut. Objek bagi Saussure disebut "*referent*". Hampir serupa dengan Pierce yang mengistilahkan interpretant untuk *signified* dan *object* untuk *signifier*, bedanya Saussure memaknai "objek" sebagai referent dan menyebutkannya sebagai unsur tambahan dalam proses penandaan. Contoh: ketika orang menyebut kata "anjing" (*signifier*) dengan nada mengumpat maka hal tersebut merupakan tanda kesialan (*signified*). Begitulah, menurut Saussure, "Signifier dan signified merupakan kesatuan, tak dapat dipisahkan, seperti dua sisi dari sehelai kertas." (Sobur, 2006:91).

3) **Teori Roland Barthes**

Teori ini dikemukakan oleh Roland Barthes (1915-1980), dalam teorinya tersebut Barthes mengembangkan semiotika menjadi 2 tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Konotasi

adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (Yusita Kusumarini,2006). Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya. Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “*order of signification*”, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah *signifier-signified* yang diusung Saussure. Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat. “Mitos” menurut Barthes terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem *signifier-signified*, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Jadi, ketika suatu tanda yang memiliki makna konotasi kemudian berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi mitos. Misalnya: Pohon beringin yang rindang dan lebat menimbulkan konotasi

“keramat” karena dianggap sebagai hunian para makhluk halus. Konotasi “keramat” ini kemudian berkembang menjadi asumsi umum yang melekat pada simbol pohon beringin, sehingga pohon beringin yang keramat bukan lagi menjadi sebuah konotasi tapi berubah menjadi denotasi pada pemaknaan tingkat kedua. Pada tahap ini, “pohon beringin yang keramat” akhirnya dianggap sebagai sebuah Mitos.

4) **Teori Baudrillard**

Baudrillard memperkenalkan teori simulasi. Di mana peristiwa yang tampil tidak mempunyai asal-usul yang jelas, tidak merujuk pada realitas yang sudah ada, tidak mempunyai sumber otoritas yang diketahui. Konsekuensinya, kata Baudrillard, kita hidup dalam apa yang disebutnya hiperrealitas (hyper-reality). Segala sesuatu merupakan tiruan, tepatnya tiruan dari tiruan, dan yang palsu tampaknya lebih nyata dari kenyataannya (Sobur, 2006). Sebuah iklan menampilkan seorang pria lemah yang kemudian menenggak sebutir pil multivitamin, seketika pria tersebut memiliki energi yang luar biasa, mampu mengerek sebuah truk, tentu hanya ‘mengada-ada’. Karena, mana mungkin hanya karena sebutir pil seseorang dapat berubah kuat luar biasa. Padahal iklan tersebut hanya ingin menyampaikan pesan produk sebagai multivitamin yang memberi asupan energi tambahan untuk beraktivitas sehari-hari agar tidak mudah capek. Namun, cerita iklan dibuat ‘luar biasa’ agar konsumen percaya. Inilah tipuan realitas atau hiperealitas yang merupakan hasil konstruksi pembuat iklan. Barangkali kita masih teringat dengan pengalaman masa

kecil (entah sekarang masih ada atau sudah lenyap) di pasar-pasar tradisional melihat atraksi seorang penjual obat yang memamerkan hiburan sulap kemudian mendemokan khasiat obat di hadapan penonton? Padahal sesungguhnya atraksi tersebut telah ‘direkayasa’ agar terlihat benar-benar manjur di hadapan penonton dan penonton tertarik untuk beramai-ramai membeli obatnya.

5) **Teori J. Derrida**

Derrida terkenal dengan model semiotika Dekonstruksi-nya. Dekonstruksi, menurut Derrida, adalah sebagai alternatif untuk menolak segala keterbatasan penafsiran ataupun bentuk kesimpulan yang baku. Konsep Dekonstruksi –yang dimulai dengan konsep demistifikasi, pembongkaran produk pikiran rasional yang percaya kepada kemurnian realitas—pada dasarnya dimaksudkan menghilangkan struktur pemahaman tanda-tanda (*signifier*) melalui penyusunan konsep (*signified*). Dalam teori Grammatology, Derrida menemukan konsepsi tak pernah membangun arti tanda-tanda secara murni, karena semua tanda senantiasa sudah mengandung artikulasi lain (Subangun, 1994 dalam Sobur, 2006: 100). Dekonstruksi, pertama sekali, adalah usaha membalik secara terus-menerus hirarki oposisi biner dengan mempertaruhkan bahasa sebagai medannya. Dengan demikian, yang semula pusat, fondasi, prinsip, diplesetkan sehingga berada di pinggir, tidak lagi fondasi, dan tidak lagi prinsip. Strategi pembalikan ini dijalankan dalam kesementaraan dan ketidakstabilan yang permanen sehingga bisa dilanjutkan tanpa batas.

Sebuah gereja tua dengan arsitektur gothic di depan Istiqlal bisa merefleksikan banyak hal. Ke-gothic-annya bisa merefleksikan ideologi abad pertengahan yang dikenal sebagai abad kegelapan. Seseorang bisa menafsirkan bahwa ajaran yang dihantarkan dalam gereja tersebut cenderung 'sesat' atau menggiring jemaatnya pada hal-hal yang justru bertentangan dari moral-moral keagamaan yang seharusnya, misalnya mengadakan persembahan-persembahan berbau mistis di altar gereja, dan sebagainya. Namun, Ke-gothic-an itu juga dapat ditafsirkan sebagai 'klasik' yang menandakan kemurnian dan kemuliaan ajarannya. Sesuatu yang klasik biasanya dianggap bernilai tinggi, 'berpengalaman', teruji zaman, sehingga lebih dipercaya daripada sesuatu yang sifatnya temporer. Di lain pihak, bentuk gereja yang menjulang langsing ke langit bisa ditafsirkan sebagai 'fokus ke atas' yang memiliki nilai spiritual yang amat tinggi. Gereja tersebut menawarkan kekhidmatan yang indah yang 'mempertemukan' jemaat dan Tuhan-nya secara khusuk, semata-mata demi Tuhan. Sebuah persembahan jiwa yang utuh dan istimewa.

Dekonstruksi membuka luas pemaknaan sebuah tanda, sehingga makna-makna dan ideologi baru mengalir tanpa henti dari tanda tersebut. Munculnya ideologi baru bersifat menyingkirkan ("menghancurkan" atau mendestruksi) makna sebelumnya, terus-menerus tanpa henti hingga menghasilkan puing-puing makna dan ideologi yang tak terbatas. Berbeda dari Baudrillard yang melihat tanda sebagai hasil konstruksi simulatif suatu realitas, Derrida lebih melihat tanda sebagai gunung realitas yang

menyembunyikan sejumlah ideologi yang membentuk atau dibentuk oleh makna tertentu. Makna-makna dan ideologi itu dibongkar melalui teknik dekonstruksi. Namun, baik Baurillard maupun Derrida sepakat bahwa di balik tanda tersembunyi ideologi yang membentuk makna tanda tersebut.

6) **Teori Umberto Eco**

Stephen W. Littlejohn (1996) menyebut Umberto Eco sebagai ahli semiotika yang menghasilkan salah satu teori mengenai tanda yang paling komprehensif dan kontemporer. Menurut Littlejohn, teori Eco penting karena ia mengintegrasikan teori-teori semiotika sebelumnya dan membawa semiotika secara lebih mendalam (Sobur, 2006). Eco menganggap tugas ahli semiotika bagaikan menjelajahi hutan, dan ingin memusatkan perhatian pada modifikasi sistem tanda. Eco kemudian mengubah konsep tanda menjadi konsep fungsi tanda. Eco menyimpulkan bahwa “satu tanda bukanlah entitas semiotik yang dapat ditawarkan, melainkan suatu tempat pertemuan bagi unsur-unsur independen (yang berasal dari dua sistem berbeda dari dua tingkat yang berbeda yakni ungkapan dan isi, dan bertemu atas dasar hubungan pengkodean”. Eco menggunakan “kode-s” untuk menunjukkan kode yang dipakai sesuai struktur bahasa. Tanpa kode, tanda-tanda suara atau grafis tidak memiliki arti apapun, dan dalam pengertian yang paling radikal tidak berfungsi secara linguistik. Kode-s bisa bersifat “denotatif” (bila suatu pernyataan bisa dipahami secara harfiah), atau “konotatif” (bila tampak kode lain dalam pernyataan yang sama). Penggunaan istilah ini hampir serupa

dengan karya Saussure, namun Eco ingin memperkenalkan pemahaman tentang suatu kode-s yang lebih bersifat dinamis daripada yang ditemukan dalam teori Saussure, di samping itu sangat terkait dengan teori linguistik masa kini.

7) **Teori Ogden & Richard**

Teori Semiotika C. K. Ogden dan I. A. Richard merupakan teori semiotika trikotomi yang dikembangkan dari Teori Saussure dan Teori Barthes yang didalamnya terdapat perkembangan hubungan antara Petanda (*signified*) dengan Penanda (*signifier*) dimana Penanda kemudian dibagi menjadi dua yaitu Peranti (*Actual Function/Object Properties*) dan Penanda (*signifier*) itu sendiri. Petanda merupakan Konotasi dari Penanda, sedangkan Peranti merupakan Denotasi dari Penanda. Pada teori ini Petanda merupakan makna, konsep, gagasan, sedang Penanda merupakan gambaran yang menjelaskan peranti, penjelasan fisik obyek benda, kondisi obyek/benda, dan cenderung (tetapi tidak selalu) berupa ciri-ciri bentuk, ruang, permukaan dan volume yang memiliki suprasegmen tertentu (irama, warna, tekstur, dsb) dan Peranti merupakan wujud obyek/benda/fungsi aktual (Christian).

(<http://junaedi2008.blogspot.co.id/2009/01/teori-semiotik/dikutip/30-07-2018>)

3. Analisis Semiotika Roland Barthes

Menurut Barthes, semiologi hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai, dalam hal ini tidak dapat disamakan dengan mengkomunikasikan. Memaknai, berarti bahwa objek-objek

tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Barthes, dengan demikian melihat signifikansi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. (Vera, 2014:26)

Teori semiotic Barthes hampir secara harfiah diturunkan dari teori bahasa menurut de Saussure. Roland Barthes mengungkapkan bahwa bahasa merupakan sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari masyarakat tertentu dalam waktu tertentu (Sobur, 2003:63). Selanjutnya, Barthes (1957, dalam de Saussure, yang dikutip Sartini) menggunakan teori *signifiant-signifie* yang dikembangkan menjadi teori tentang metabahasa dan konotasi. Istilah *signifiant* menjadi ekspresi (E) dan *signifie* menjadi isi (C). Namun, Barthes mengatakan bahwa antara E dan C harus ada relasi (R) tertentu, sehingga membentuk tanda (*sign*, S_n). Konsep relasi ini membuat teori tentang tanda lebih mungkin berkembang karena relasi ditetapkan oleh pemakai tanda. Menurut Barthes, ekspresi dapat berkembang karena relasi ditetapkan membentuk tanda baru, sehingga ada lebih dari satu dengan isi yang sama. Pengembangan ini disebut sebagai gejala meta-bahasa dan membantu apa yang disebut kesinoniman (*synonymy*) (Ni Wayan Sartini).

Sebagaimana pandangan Saussure, Barthes juga meyakini bahwa hubungan antara penanda dan pertanda tidak terbentuk secara alamiah, melainkan bersifat arbiter. Bila Saussure hanya menekankan pada penandaan dalam tataran denotatif, maka Roland Barthes menyempurnakan semiologi Saussure dengan mengembangkan sistem penandaan pada tingkat konotatif. Barthes juga melihat

aspek lain dari penandaan, yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat. (Vera, 2014:27).

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative sign (tanda denotatif)</i>	
4. <i>Connotative Signifier (penanda konotatif)</i>	5. <i>Connotative Signified (pertanda konotatif)</i>
6. <i>Connotative Sign (tanda konotatif)</i>	

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan pertanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Denotasi dalam pandangan Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup. Tataran denotasi menghasilkan makna yang sebenar-benarnya, yang disepakati bersama secara social, yang rujukannya pada realitas.

Tanda konotatif merupakan tanda yang penandanya mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implicit, tidak langsung, dan tidak pasti, artinya terbuka kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru. Dalam semiologi Barthes, denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan sistem signifikansi tingkat kedua. Denotasi dapat di katakan merupakan makna objektif yang tetap, sedangkan konotasi merupakan makna subjektif dan bervariasi. Contoh lainnya, yaitu penjajah itu dibawa ke meja hijau. Secara konotatif, meja hijau berarti “pengadilan” (Vera, 2014:28)

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ‘mitos’ dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, pertanda, 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 kedua. Di dalam mitos pula, sebuah pertanda dapat memiliki beberapa penanda (Sobur, 2009:71)

Mitos dapat dikatakan sebagai produk kelas social yang sudah memiliki suatu dominasi. Mitos Barthes dengan sendirinya berbeda dengan mitos yang kita anggap tahayul, tidak masuk akal, ahistoris, dan lain-lain, tetapi mitos menurut Barthes sebagai *type of speech* (gaya bicara) seseorang.

Contoh-contoh mitos dalam pandangan Roland Barthes; Anggur (*wine*) menurut Barthes dalam ekspresi lapis pertama bermakna ‘minuman berakohol yang terbuat dari buah Anggur’. Namun, pada lapisan kedua, anggur dimaknai sebagai suatu cici ‘ke-Pranci-san’ yang diberikan masyarakat dunia pada jenis minuman ini. Orang selalu menganggap *wine*, ya Prancis, padahal banyak Negara lain juga memproduksi minuman sejenis. Dengan contoh ini, Barthes ingin memperlihatkan bahwa gejala suatu budaya dapat memperoleh konotasi sesuai dengan sudut pandang masyarakat. (Vera, 2014 :29)

Menurut Roland Barthes, di dalam teks beroperasi lima kode pokok (*five major code*) yang di dalamnya terdapat penanda teks (leksia). Lima kode yang ditinjau Barthes yaitu: (Vera, 2014 : 30):

a. Kode *Hermeneutik* (kode teka-teki)

Berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan “kebenaran” bagi pertanyaan yang muncul dalam teks, kode teka-teki merupakan unsur struktur yang utama dalam narasi tradisional. Di dalam narasi ada suatu kesinambungan antara pemunculan suatu peristiwa teka-teki dan penyelesaiannya di dalam cerita.

b. Kode *Proaretik* (kode tindakan/perlakuan)

Kode yang di anggap sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang, yang artinya antara lain semua teks bersifat naratif. Barthes melihat semua lakuan dapat dikodifikasi. Pada praktiknya ia menerapkan beberapa prinsip seleksi. Kita mengenal kode lakuan atau peristiwa karena kita dapat memahaminya.

c. Kode Simbolik

Merupakan aspek pengkodean yang paling khas bersifat struktural, atau tepatnya menurut konsep Barthes pascastruktural. Pemisahan dunia secara kultural dan primitif menjadi kekuatan dan nilai-nilai yang berlawanan yang secara mitologis dapat dikodekan.

d. Kode *Ginomik* (kode kultural)

Kode ini merupakan acuan teks ke benda-benda yang sudah diketahui dan sudah dikodifikasi oleh budaya. Menurut Barthes, realisme tradisional didefenisi oleh acuan kepada apa yang telah diketahui. Rumusan suatu budaya atau subbudaya adalah hal-hal kecil yang telah dikodifikasi yang di atasnya para penulis bertumpu.

e. Kode *Semik* (kode konotatif atau kode semantik)

Menawarkan banyak sisi, dalam proses pembacaan, pembaca menyusun tema suatu teks. Ia melihat bahwa konotasi kata atau frase tertentu dalam teks dapat dikelompokkan dengan konotasi kata atau frase yang mirip. Jika kita melihat suatu kumpulan satuan konotasi, kita menemukan suatu tema di dalam cerita.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. METODE PENELITIAN

Kita dapat mengetahui bahwa metode penelitian adalah suatu cara untuk memecahkan masalah ataupun cara mengembangkan ilmu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah. Secara lebih luas lagi Sugiyono menjelaskan bahwa metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah, (Sugiyono, 2010:213).

1. Jenis Penelitian

Memaparkan jenis penelitian bertujuan untuk mempermudah pengelompokan penelitian ke dalam katagori tertentu. Manfaatnya ialah untuk meletakkan posisi penelitian yang berhubungan dengan tingkat akurasi terhadap kebenaran ilmiah yang ditunjukkan oleh penelitian tersebut. Jenis penelitian juga digunakan untuk mengukur manfaat penelitian bagi pengembangan konsep ilmiah, pengambilan keputusan, evaluasi kebijakan atau kemajuan sebuah program tertentu, (Bajari, 2014:35-36).

Menurut Kultar Singh (Bajari, 2014:36), penelitian deskriptif adalah bagian dari penelitian konklusif atau eksplanatif. Pengertian konklusif itu sendiri sebenarnya adalah analisis fenomena yang berupaya menjawab persoalan dengan panduan konsep sebelumnya (*Previous Consept*). Penelitian ini dibagi menjadi

dua bagian yakni penelitian deskriptif dan penelitian eksplanatoris atau penelitian eksperimen.

Pada umumnya, para penulis mengelompokkan jenis-jenis penelitian berdasarkan tiga kategori :

- 1) Tujuan yang akan dicapai oleh penelitian
- 2) Pemanfaatan hasil penelitian
- 3) Lokasi dan tempat pengumpulan data.

Menurut Bajari, (2014:45) tujuan dari penelitian deskriptif adalah mengembangkan konsep dan menghimpun fakta-fakta bukan menguji hipotesis. Penelitian deskriptif berusaha menemukan pola sederhana yang didasarkan pada konsep tertentu. Dengan demikian, seorang peneliti yang menggunakan survey deskriptif mengedepankan pentingnya konsep rujukan dalam mengukur suatu fenomena. Seperti penelitian preferensi politik remaja atau pemilih pemula.

Analisis semiotika modern dikembangkan oleh Ferdinand De Saussure, ahli linguistik dari benua Eropa dan Charles Sanders Peirce, seorang filosof asal benua Amerika. Saussure menyebut ilmu yang dikembangkannya semiologi yang membagi tanda menjadi dua komponen yaitu penanda (*signifier*) yang terletak pada tingkatan ungkapan dan mempunyai wujud atau merupakan bagian fisik seperti huruf, kata, gambar, dan bunyi dan komponen yang lain adalah petanda (*signified*) yang terletak dalam tingkatan isi atau gagasan dari apa yang diungkapkan, serta sarannya bahwa hubungan kedua komponen ini adalah sewenang-wenang yang merupakan hal penting dalam perkembangan semiotik.

Sedangkan bagi pierce, lebih memfokuskan diri pada tiga aspek tanda yaitu dimensi ikon, indeks dan simbol.

Semiotika merupakan ilmu yang membahas tentang tanda. Terbentuk dari sistem tanda yang terdiri dari penanda dan petanda. Meskipun bahasa adalah bentuk yang paling mencolok dari produksi tanda manusia, diseluruh dunia sosial kita juga didasari oleh pesan-pesan visual yang sama baiknya dengan tanda linguistik, atau bahkan bersifat eksklusif visual.

Hal-hal yang memiliki arti simbolis tak terhitung jumlahnya dalam sebuah film. Kebanyakan film memberikan setting arti simbolik yang penting sekali. Dalam setiap bentuk cerita sebuah simbol adalah sesuatu yang konkret yang mewakili atau melambangkan. Penelitian ini mencoba membahas bagian dalam tiap gambar dan simbol yang dimunculkan dalam film Gangster. Karena menurut peneliti dalam tiap gambar atau tulisan yang ada sangat menonjolkan sisi kekerasan.

B. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dalam suatu penelitian, langkah pengumpulan data adalah satu tahap yang sangat menentukan terhadap proses dan hasil penelitian yang akan dilaksanakan tersebut. Kesalahan dalam melaksanakan pengumpulan data dalam satu penelitian, akan berakibat langsung terhadap proses dan hasil suatu penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian analisis simiotika ini adalah sebagai berikut :

a) Studi pustaka

Adalah Mencari dengan cara penelusuran terhadap literatur untuk mencari data mengenai teori-teori seperti semiotika, film, rasis yang dapat mendukung penelitian ini.

b) Objek Penelitian

adalah Objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, sedangkan subjek penelitian merupakan tempat dimana variabel melekat. Objek penelitian kali ini adalah “Makna Foto Bencana Dari berita Foto Karya Rahmad Suryadi Di Agency AFP.

C. TEKNIK ANALISIS DATA

Pengertian Teknik Analisis Data adalah proses penyusunan data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti bahwa menggolongkannya di dalam pola atau tema. Tafsiran atau interpretasi artinya memberikan makna terhadap analisis, menjelaskan kategori atau pola, serta mencari hubungan antara berbagai konsep.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang dipakai adalah reduksi data. Reduksi data adalah memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian kita, kemudian mencari temanya. Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data. Data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam mengenai hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya jika sewaktu-waktu diperlukan. reduksi data dapat juga membantu dalam memberikan kode-kode pada aspek-aspek tertentu.

Dalam menganalisis semiotika makna foto bencana Rahmad Suryadi di Agency AFP, penulis memakai analisis semiotika Roland Berthes, yakni

signifikasi dua tahap (*two order of signification*) dengan sistem *signifier* (penanda) dan *Signified* (pertanda) yang juga disebut dengan makna denotasi. Kemudian digunakan pula signifikasi tahap kedua yaitu konotasi. Konotasi bekerja pada tingkat subjektif, yang berhubungan dengan isi, dan tanda bekerja melalui mitos. Mitos merupakan lapisan pertanda dan makna yang paling dalam. (Wibowo, 2013: 2)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. PENYAJIAN DATA

1. Deskripsi Biografi Rahmad Suryadi

Nama : Rahmad Suryadi

Alamat : Jalan karya kasih no. 43 Medan.

Riwayat Pekerjaan : Tahun 2000-2005 (Bekerja di Harian Medan Pos)

Tahun 2005-2007 (Bekerja di Harian Medan Bisnis)

Tahun 2007-2017 (Bekerja di Koran Sindo)

Tahun 2005-2018 (Kontributor di Kantor Berita Francis
AFP)

Tahun 2016-2020 (Ketua Pewarta Foto Indonesia (PFI))

2. Deskripsi Objek Penelitian (Agency AFP)

AFP adalah kantor berita global yang memberikan liputan cepat, akurat, mendalam tentang peristiwa yang membentuk dunia kita dari konflik ke politik, ekonomi, olahraga, hiburan, dan terobosan terbaru dalam bidang kesehatan, sains, dan teknologi. Tautan yang berguna pada AFP antara lain sebagai berikut :

- Kebijakan pribadi
- Informasi hukum
- Syarat Penggunaan
- Hak tetangga dari kantor berita
- Hubungi kami

- Peta Situs

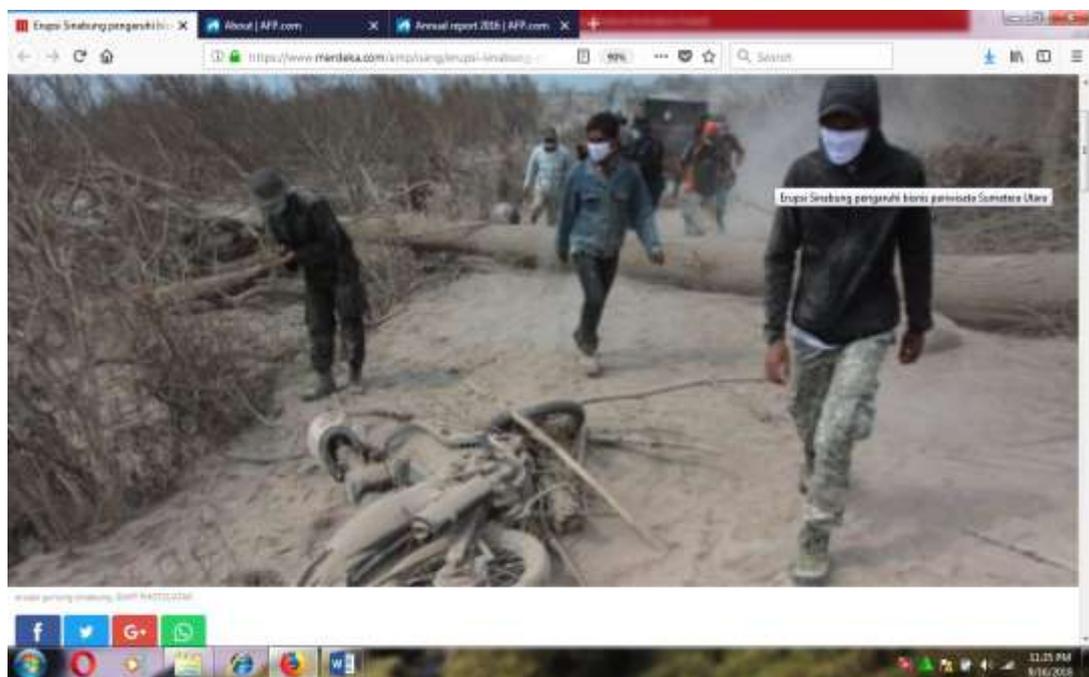
Charles Havas menciptakan Agence Havas sebagai Agence des Feuilles Politiques. Sebagai kantor berita internasional pertama di dunia, ia menggunakan jaringan koresponden dan penerjemah. Kereta dan merpati pos membawa berita ke Paris dari seluruh Prancis dan negara-negara Eropa lainnya.

Agence France-Presse adalah kantor berita multi-bahasa dan multi-budaya yang misinya adalah untuk menyediakan liputan berita yang akurat, seimbang dan tidak memihak dimanapun dan kapanpun itu terjadi di dunia secara terus menerus. Baik itu dalam bentuk teks, foto, video, grafik atau format lainnya, tugas AFP adalah mencari dan mempublikasikan kebenaran di dunia informasi yang semakin terganggu.

Sebagaimana dijamin oleh undang-undang pendiriannya, AFP berbicara dengan suara independen bebas dari pengaruh politik, komersial atau ideologis. Agence France-Presse mendukung kebebasan berekspresi dan hak jurnalis untuk menjalankan profesi mereka tanpa rasa takut akan intimidasi, penahanan atau kerusakan fisik. Agence France-Presse berkomitmen untuk melindungi keselamatan semua orang yang bekerja untuk itu. Agence France-Presse menolak diskriminasi berdasarkan ras, jenis kelamin, kebangsaan, agama, orientasi seksual atau faktor lainnya.

3. Analisis Semiotikan Foto Bencana Gunung Sinabung Karya Rahmad Suryadi di Agency AFP

Gambar 4.1.



Keterangan :

Pada gambar ini, dapat kita lihat kondisi akibat dari letusan/erupsi gunung sinabung. Para masyarakat sedang mengevakuasi reruntuhan, puing-puing bangunan dan korban bencana sinabung. Nampak terlihat jelas ada kendaraan sepeda motor yang sudah terjatuh dan penuh debu. Makna foto bencana yang dapat dilihat pada gambar 4.1. adalah akibat dari adanya letusan/erupsi gunung sinabung, Tanah Karo dan sekitarnya mengalami banyak kerugian dan korban yang luka-luka dan meninggal dunia. Nampak terlihat dengan jelas pohon yang jatuh dan runtuh, keadaan yang penuh debu serta para masyarakat dan sukarelawan yang sedang mengevakuasi tempat.

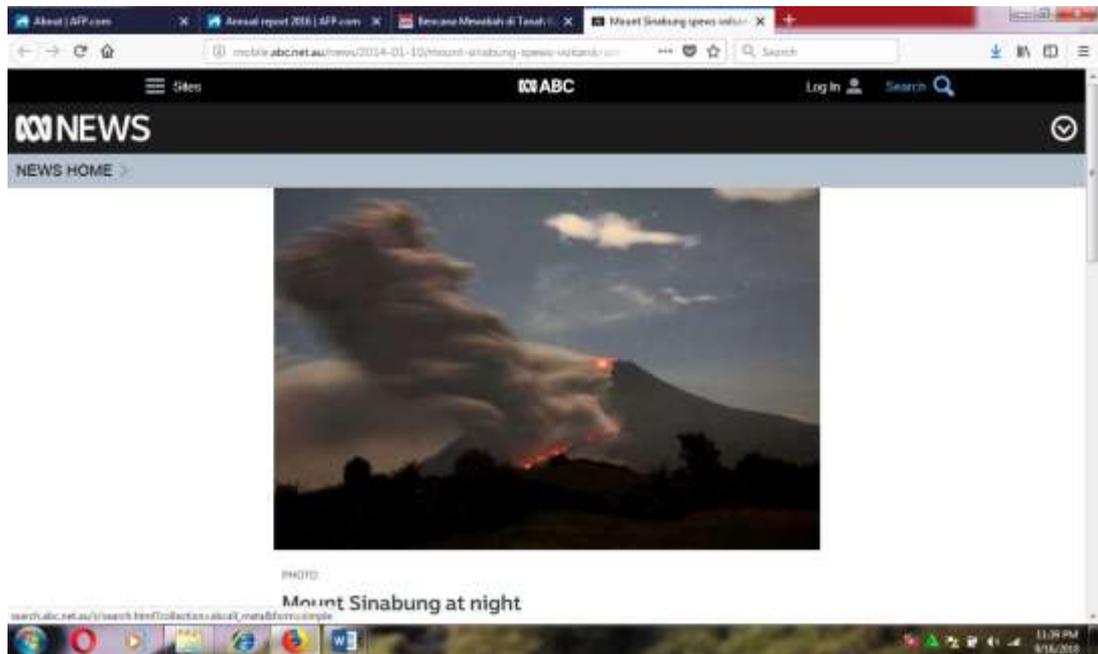
Gambar 4.2.



Keterangan :

Pada gambar 4.2. dapat dilihat kondisi keadaan setelah erupsi gunung sinabung. Lading-ladang para petani dipenuhi debu vulkanik dan hasil panen juga menjadi rusak dan mati. Cuaca di sana juga terlihat dari langit yang tampak gelap oleh debu vulkanik serta udara menjadi tidak sehat. Makna foto bencana pada gambar 4.2. adalah kerugian dari para petani-petani di daerah dekat gunung sinabung akibat dari debu vulkanik yang dikeluarkan gunung sinabung. Mereka tidak dapat memanen hasil tanamannya dan mengalami kerugian yang cukup besar.

Gambar 4.3.



Keterangan :

Pada gambar 4.3. tampak terlihat kondisi gunung sinabung yang masih mengeluarkan debu vulkanik dan lahar panas. Makna foto bencana dari gambar 4.3. adalah kondisi gunung sinabung yang masih belum stabil dan menginformasi kepada seluruh masyarakat bahwa masih harus siaga dari erupsi dan lahar panas yang dimuntahkan oleh gunung sinabung.

B. PEMBAHASAN DATA

Dari hasil ketiga gambar/foto yang diambil oleh Rahmad Suryadi, dapat diketahui bahwa letusan/erupsi gunung sinabung telah masuk menjadi berita dunia dengan skala internasional dikarenakan kondisi gunung yang tidak menunjukkan kondisi yang tidak juga stabil. Dapat diketahui dari hasil postingan yang berada di Agency AFP. Alasan gunung sinabung masuk menjadi berita di Agency AFP adalah dikarenakan erupsi yang tidak kunjung berhenti dan mengakibatkan

dampak yang begitu besar kepada masyarakatnya. Tidak hanya masyarakat dari Tanah Karo saja, bahkan sampai keluar dari Sumatera Utara merasakan abu vulkanik gunung sinabung.

Hasil dari kedua photo menunjukkan kondisi setelah erupsi gunung sinabung, seperti Kondisi jalan yang rusak, pepohonan yang jatuh dan tumbang, ladang pertanian warga yang rusak akibat dari debu vulkanik yang mengakibatkan masyarakat mengalami kerugian karena hasil panen rusak atau gagal panen yang berakibat tidak bisa dijualnya hasil panen dan lain sebagainya. Sedangkan satu photo menjelaskan kondisi gunung sinabung ketika dalam keadaan menegluarkan lahar panas dan debu vulkanik.

Gunung Sinabung (bahasa Karo: Deleng Sinabung) adalah gunung api di Dataran Tinggi Karo, Kabupaten Karo, Sumatera Utara, Indonesia. Sinabung bersama Gunung Sibayak di dekatnya adalah dua gunung berapi aktif di Sumatera Utara dan menjadi puncak tertinggi ke 2 di provinsi itu. Ketinggian gunung ini adalah 2.451 meter. Gunung ini tidak pernah tercatat meletus sejak tahun 1600, tetapi mendadak aktif kembali dengan meletus pada tahun 2010. Letusan terakhir gunung ini terjadi sejak 19 Februari 2018 dan berlangsung hingga kini.

Hasil-hasil foto karya Rahmad Suryadi memberikan makna informasi kepada masyarakat tentang bagaimana kondisi terkini seputar gunung sinabung, akibat dari erupsi gunung sinabung dan perkembangan dari korban-korban yang selamat maupun terluka hingga yang meninggal dunia.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah menganalisis hasil photo karya Rahmad Suryadi yang ada di Agency AFP tentang berita bencana Gunung Sinabung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gunung Sinabung kembali meletus sekitar tahun 2010 dan dinyatakan terus aktif hingga sekarang. Letusan/erupsi terakhir ditinjau pada tanggal 19 Februari 2018.
2. *Agence France-Presse* (AFP) adalah kantor berita multi-bahasa dan multi-budaya yang misinya adalah untuk menyediakan liputan berita yang akurat, seimbang dan tidak memihak dimanapun dan kapanpun itu terjadi di dunia secara terus menerus.
3. Hasil analisis semiotika menurut Roland Barthes pada makna foto bencana Gunung Sinabung adalah :
 - a *Signified* (penanda) : pada makna foto bencana Gunung Sinabung karya Rahmad Suryadi, yang menjadi penanda adalah pada gambar 4.3. dimana dengan melihat hasil foto Gunung Sinabung yang mengeluarkan lahar panas dan debu vulkanik, masyarakat mendapatkan informasi yang jelas dan akurat pemberitaannya.
 - b *Denotative Sign* (Penanda denotatif) : pada makna foto bencana Gunung Sinabung karya Rahmad Suryadi, yang menjadi penanda

denotatif adalah gambar 4.3. yang memang dengan jelas menggambarkan situasi Gunung Sinabung ketika meletus dan mengeluarkan awan panas serta debu vulkanik. Kemudian pada gambar 4.2. yang menggambarkan petani yang hasil panennya gagal panen dan ladangnya yang berwarna putih akibat dari debu vulkanik Gunung Sinabung.

- c *Conotative Sign* (Penanda konotasi) : Pada makna foto bencana Gunung Sinabung karya Rahmad Suryadi, yang menjadi penanda konotasi terdapat pada gambar 4.1. yang menggambarkan beberapa warga sedang berjalan dan sebagian lagi membersihkan jalan dari debu vulkanik. Dikatakan konotasi dikarenakan porsi gambar yang kurang jelas apakah itu memang benar terkena erupsi Gunung Sinabung apakah tidak, dikarenakan tidak adanya gambar atau jepretan latar belakang Gunung Sinabung di belakangnya.

- 4. Foto-foto yang dimasukkan dan diberitakan di AFP berujuan agar publik berpendapat bahwa foto yang diposting oleh AFP lebih bersifat akurat, terpercaya, seimbang serta tidak memihak siapapun serta dapat dilihat dari seluruh dunia, dikarenakan AFP memiliki multi-bahasa dan multi-budaya agar seluruh masyarakat/publik dapat membaca dan mengetahui bagaimana informasi terkait bencana meletusnya Gunung Sinabung.

B. SARAN

Saran yang ditulis oleh penulis adalah sebagai masukan kepada objek penelitian dan subjek penelitian, serta sebagai syarat dari penulisan antara lain adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya fotografer Rahmad Suryadi memberikan keterangan di bawah foto dimana alamat lokasi dari foto tersebut, agar publik yang melihat foto tersebut lebih mendapatkan informasi yang lebih akurat.
2. Sebaiknya fotografer Rahmad Suryadi juga memposting foto-foto korban serta keterangan nama korban, agar publik juga mengetahui korban dari bencana Gunung Sinabung.
3. Sebaiknya AFP juga membuat media sosial seperti instagram dan facebook agar mengikuti perkembangan zaman serta memudahkan publik untuk melihat dan mencari berita-berita terkini dan akurat dan terpercaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan, 2006. *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Bajari, Atwar. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi : Prosedur, Tren Dan Etika*, Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Budiman, Kris. 2005. *Ikonsitas: Semiotika Sastra Dan Seni Visual*. Yogyakarta. Buku Baik
- Berger, Arthur Asa. 2000. *Media Analysis Technique (Alih bahasa : Setio Budi HH)*, Yogyakarta. Andi Offset.
- Cangara, Hafied, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- , 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- , 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong, Uchjana, 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- , 2005. *Dinamika Komunikasi Jilid III*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- , 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- , 2002. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- David, Bate. 2009. *Photography : The Key Konsep (Terjemahan)*, Oxford. Oxford International Publisher.
- Daryanto. 2010. *Ilmu Komunikasi*, Bandung, PT. SARANATUTORIAL NURANI SEJAHTERA
- Fisher, Aubrey. 2007. *Teori-Teori Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya

- Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta, Jalasutra
- Gani, Rita & Kusumalestari, Ratna Rizky. 2014. *Jurnalistik Foto Suatu Pengantar*, Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Hoed, Benny H. 2001. *Kajian Semiotik Komunikasi Periklanan*, Magelang. Indonesiatara
- Ibrahim, Subandy. 2007 . *Kecerdasan Komunikasi Seni Berkomunikasi Kepada Publik*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Kriyantono, Rakhmad. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group Putra Utama
- Kusumarini, Yusnita. 2006. *Teori Semiotic*, Universitas Kristen Petra. Jurnal
- McQuail, Dennis. 2005. *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga. Jakarta
- Puntoaji, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*, Jakarta. PT. Media Elex Komputindo.
- Rackmat, Jalaludin, 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Rivers, Peterson, Jensen. 2003. *Media Massa Dan Masyarakat Modern (Terjemahan)*, Jakarta. Prenada Media.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* Bandung. Alfabeta
- Suranto, AW. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*, Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Santana, K. Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta. Yayasan Obor Indonesia.
- Sudarma, I Komang. 2014. *Fotografi*, Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Sodjojo. 2010. *Tak-Tik Fotografi*, Jakarta, Penerbit Bukune.
- Sobur, Alex. 2006 : *Semiotika Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- . 2003. *Psikologi Umum*, Bandung, Pustaka Setia.
- . 2009. *Psikologi Umum*, Bandung. Pustaka Setia.

Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta, Jala Sutra

Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Bogor. Ghalia Indonesia.

Wahyono, Teguh. 2006. *Etika Komputer Dan Tanggung Jawab Profesional Di Bidang Teknologi Informasi*, Yogyakarta. Penebit Andi.

Wibowo, Agus. 2003. *Managemen Kinerja Edisi Ke IV*, Jakarta. Rajawali Pers.

Sumber Lain/Internet :

(<https://pakarkomunikasi.com/karakteristik-media-cetak/diakes/15-11-2017/dikutip/27-05-2018>)

(<https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2011/08/14/fotografi-jurnalistik/dikutip/28-05-2018>)

(<http://junaedi2008.blogspot.co.id/2009/01/teori-semiotik/dikutip/30-07-2018>)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Mhd Fitra Afriansyah
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 14 April 1991
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Kawat 4 No. 48 T. Mulia Hilir Medan Deli

Nama Orang Tua
Ayah : Seno Rahmat
Ibu : Risdiana
Alamat : Jl. Kawat 4 No. 48 T. Mulia Hilir Medan Deli

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 1997 – 2003 : SD ASUHAN RAYA
Tahun 2003 – 2006 : SMP SWA BINA KARYA
Tahun 2006 – 2009 : SMA SWA BINA KARYA

Demikian daftar riwayat hidup ini di buat dengan sebenarnya

Penulis

Mhd. Fitra Afriansyah



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Zhigguh, Cerdas & Terpercaya

Ta menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu Ketua Jurusan
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 15 Februari 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Mhd. Fitra Afriansyah
 N P M : 1203110148
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
 Tabungan sks : sks, IP Kumulatif

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Foto Baleho Pasangan Calon No. Urut 1 Ecli Rahmayadi dan Musa Rajeck Shih dalam Memenangkan Pilkada Sumut (Analisis semiotik Foto Baleho Pasangan)	
2	Pola komunikasi Interpersonal Fotografer dengan Calon Pengantin dalam Menghasilkan Foto Pra Wedding dan Wedding Terbaik (Studi Deskriptif Kualitatif di Mani Pro)	
3	Makna Foto Bencana dari Berita Foto karya Rahmad Suryadi di Agency AFP (Analisis deskriptif Pewartawana foto Indonesia Meren)	✓ 2/2-2018

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal.*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Jurusan :
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl.20....

Ketua,

Pemohon,

(Mhd. Fitra Afriansyah)

PB: SAID HARAHAP

(... NUR HASANAH... WASAT... 5405, Mikon)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
UPT PERPUSTAKAAN

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Telp. 6624567 - Ext. 113 Medan 20238
Website: <http://perpustakaan.umsu.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Nomor: ~~1946~~/KET/II.3-AU/UMSU-P/M/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Pelaksana Tugas (Plt.) Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

Nama : **Muhammad Fitra Afriansyah**
NPM : **1203110148**
Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**
Jurusan/ P.Studi : **Ilmu Komunikasi**

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 8 Rajab 1440 H
15 Maret 2019 M

Plt. Kepala UPT Perpustakaan,



Muhammad Arifin, S.Pd, M.Pd



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Unggul Cerdas & Terpercaya
 Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan,20....

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Muhammad Fitra Africansyah
 N P M : 1203110148
 Jurusan : IKO / Jurnalistik

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. /SK/IL.3/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

Makna Foto Bencana dari Berita Foto karya Ahmad Suryadi
di Agency AFP (Analisis Deskriptif Pewarta Foto Indonesia Medan)

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 5)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

(M. Saiful H. P.)

Pemohon,

(Muhammad Fitra Africansyah)
1203110148

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 557/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

Program studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Rabu, 11 Juli 2017
 Waktu : 14.00 WIB s/d. selesai
 Tempat : LAB. FISIP Gedung C UMSU
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTTON, S.Sos, M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
1	KHAIRUL ABDI	1303110001	1 M. SAID HARAHAP, M.I.Kom	1 Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.	AKTIVITAS MARKETING HUMAS DALAM MENSOSIALISASIKAN PERUMAHAN RAKYAT (Studi Deskriptif Pada Humas Perum Perumnas Regional 1 Medan)
2	MUHAMMAD FITRA AFRANSYAH	1203110148	1 RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom.	1 MUHAMMAD SAID HRP, S.Sos, M.I.Kom	MAKNA FOTO BENCANA DARI BERITA FOTO KARYA RAHMAD SURYADI DI AGENCY AFP (Analisis Deskriptif Pewarta Foto Indonesia Medan)
3	FONCHO RAMADHAN ESA	1403110175	1 Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.	1 Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	OPINI PUBLIK TERHADAP SANKSI HUKUMAN CAMBUK DI DINAS SYARIAH ISLAM BAGI PERATURAN DAERAH (DANUNJ) DI PROVINSI ACEH (Studi Kuantitatif Pada Masyarakat Kecamatan Kota Kuala Simpang Aceh Tamiang)
4	LUTFI RINALDI LUBIS	1403110100	1 AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	1 PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN CAGUB DJAROT DAN SIHAR SITORUS PADA PILKADA SUMUT PERIODE 2018-2023
5	FEBRIKA ARPANI	1403110199	1 PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	1 Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	PENGARUH PROGRAM ACARA ISLAMIC SMART BYREGUST DI M. RADIO 91,6 FM TERHADAP PENINGKATAN PEMAHAMAN NILAI-NILAI ISLAM DI KOTA MEDAN

Medan, 25 Syawal 1439 H
09 Juli 2018 M



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Unggul Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : MHD FITRA AFRANSYAH.
 NPM : 1203110148
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : makna foto beranda dari Berita foto karya Rahmad Suryadi di Agency AFP (Analisis Semiotika Berita foto beranda karya Rahmad Suryadi di Agency AFP).

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	27 Juni 2018	Proposal Pendahuluan	1 Zk
2	28 Juni 2018	- pembahasan masalah latar belakang - masalah pembatasan masalah	2 Zk
3	2 Juli 2018	- pembahasan penulisan	3 Zk
4	5 Juli 2018	Perbaikan Bab II	4 Zk
5	7 Juli 2018	Perbaikan Bab III	5 Zk
6	9 Juli 2018	Perbaikan Bab III dan IV	6 Zk
7	12 Juli 2018	Perbaikan Bab III dan IV	7 Zk
8	20 Juli 2018	pembahasan akhir	8 Zk

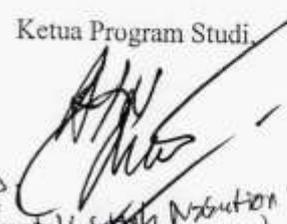
Medan,20.....

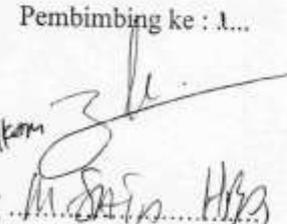
Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke : 1...


 (Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.S.P.)


 (Ketua Program Studi, S.Sos., M.I.Kom)


 (M. Sals Haps)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

PERMOHONAN UJIAN SKRIPSI

SK-6

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan,20.....

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : MUHAMMAD FITRA AFRANSYAH
N P M : 1203110149
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Alamat rumah : JL. KAWAT II NO. 48 LK XXII TANJUNG MUDA
MEDAN Telp : 081376764112

dengan ini mengajukan permohonan mengikuti Ujian Skripsi. Bersama ini Saya lampirkan persyaratan:

1. Transkrip Nilai Kumulatif dari Dekan, rangkap - 2;
2. Tanda Bukti Lunas SPP tahap berjalan, rangkap - 2;
3. Tanda Bukti Lunas Biaya Ujian Skripsi, rangkap - 2;
4. Foto Copy Ijazah Terakhir Dilegalisir, rangkap - 3;
5. Konvensi Nilai (bagi Mahasiswa pindahan), rangkap - 2;
6. Surat Keterangan Bebas Pinjaman Buku dari Perpustakaan UMSU, rangkap - 2;
7. Foto Copy Cover Skripsi, rangkap - 2;
8. Foto Copy Surat Penetapan Pembimbing (SK-2), rangkap - 2;
9. Foto Copy Kartu Hasil Studi, rangkap - 2; dan Melampirkan yang **Aslinya**.
10. Foto Copy Sertifikat Lulus Ujian Kompri, rangkap - 2; dan Melampirkan yang **Aslinya**.
11. Permohonan Ujian Skripsi, rangkap - 2;
12. Pas Photo Terbaru Hitam Putih Ukuran 3 x 4 cm = 5 lembar dan 4 x 6 = 8 lembar
13. Skripsi yang telah Disahkan lengkap diperbanyak = 3 eksemplar dan dijilid (Pembimbing - 1).
14. Terlampir Photocopy KTP ukuran A4 sebanyak = 2 lembar

Demikianlah permohonan Saya, untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak Saya ucapkan terima kasih, *Wassalam*.

Pemohon,


(M. FITRA AFRANSYAH)

Disetujui oleh ;

Medan,20.....

Medan,20.....

Dekan,

a.n.Rektor,
Wakil Rektor - I

(Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos.,MSP)

(Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH.,M.Hum)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

Ela menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

SK-7

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrohmanirrohiem.

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara :

Nama lengkap : MUHAMMAD FITRA ATRIANSYAH
Tempat, tgl. lahir : MEDAN, 14 - 04 - 1991
Agama : Islam/Kristen/Katolik/Hindu/Budha*
Status Perkawinan : Kawin/Belum Kawin/Duda/Janda*
N P M : 1203110148
Alamat Rumah : JL. KAWAT IV NO. 48 LK XXII TANJUNG MULIA
MEDAN Telp/HP. 0813 7676 417
Pekerjaan/Instansi : KARYAWAN SWASTA
Alamat Kantor : JL. BUKIT BARISAN
Telp/HP.

melalui surat permohonan tertanggal telah mengajukan permohonan menempuh Ujian Skripsi. Untuk ujian skripsi yang akan saya tempuh, menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Bahwa saya dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.
2. Bahwa saya siap secara optimal dan berada dalam kondisi baik untuk memberikan jawaban atas pertanyaan dari Penguji.
3. Bahwa saya bersedia menerima keputusan yang ditetapkan oleh Panitia Penguji Skripsi dengan ikhlas tanpa mengadakan gugatan apapun juga.
4. Saya menyadari bahwa keputusan Panitia Penguji ini bersifat mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran tanpa paksaan atau tekanan dalam bentuk apa pun dan dari siapa pun, untuk dipergunakan bilamana dipandang perlu. Semoga Allah SWT. meridhoi saya. Amien.-

Saya yang menyatakan,

MATERAI
TEMPEL

E4A9DAFFB44521

6000
ENAM RIBU RUPIAH



MHD FITRA ATRIANSYAH



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

SK-8

BORANG DATA ALUMNI



I. DATA PRIBADI	
NAMA LENGKAP	MUHAMMAD FITRA AFRIANSYAH LIP*
TEMPAT DAN TGL. LAHIR	MEDAN / 19-04-1991
AGAMA	ISLAM
SUKU BANGSA	JAWA
II. KEMAHASISWAAN	
TAHUN MASUK UMSU	2012
N.P.M	1203110148
JURUSAN	ILMU KOMUNIKASI
ASAL SEKOLAH	
ALAMAT SEKOLAH	
MENDAPAT BEASISWA (Selama di UMSU)	BEASISWA T.A. Rp.
	BEASISWA T.A. Rp.
	BEASISWA T.A. Rp.
III. KETERANGAN PENYELESAIAN STUDI	
JADWAL UJIAN SKRIPSI	HARI TANGGAL
NILAI/IPK/PREDIKAT	NILAI: IPK: PREDIKAT:
JUDUL SKRIPSI	MAKNA FOTO BENCANA DARI BERITA FOTO KARYA RAHMAD SURYADI DI AGENCY AFP (ANALISIS SEMIOTIKA BERITA FOTO BENCANA KARYA RAHMAD SURYADI DI AGENCY AFP)
IV. KETERANGAN KELUARGA	
STATUS SIPIL	KAWIN/BELUM KAWIN/JANDA/DUDA*
NAMA SUAMI/ISTRI*	WAFAT TAHUN
PEKERJAAN TERAKHIR	
JUMLAH ANAK KANDUNG	PRIAORANG, WANITA ORANG =ORANG
ALAMAT RUMAH & KODE POS	
TELEPON/HP	
NAMA AYAH	SENTO RAHMAT
NAMA IBU	PKDIANA
PEKERJAAN ORANG TUA	WIFASWASTA
ALAMAT RUMAH & KODE POS	Jl. KAWAT IV No.48 TJ. MULIA MEDAN 20241
TELEPON/HP	(061) 6611542
V. KETERANGAN PEKERJAAN	
PEKERJAAN	
JABATAN DI INSTANSI	
NAMA INSTANSI	
ALAMAT INSTANSI	
TELEPON/FAX INSTANSI	

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10



UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
 Nomor : 413/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Sabtu, 16 Maret 2019
 Waktu : 07.45 Wib s.d. selesai
 Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	UNMI SAPUTRI LUBIS	1403110267	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, M.AP.	MODEL PROMOSI WISATA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN TAPANULI TENGAH DALAM MENGENGEMBANGKAN PULAU MURSALA SEBAGAI TUJUAN WISATA
7	RIZKY FADHIL	1403110197	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.SI	POLA KOMUNIKASI PEMAIN GAME ONLINE PLAYER UNKNOWN'S BATTLEGROUND MOBILE (STUDI DESKRIPITIF KUALITATIF POLA KOMUNIKASI GAMER PUBG MOBILE PADA SQUAD VENOM MEDANO MAKNA FOTO BENGCANA DARI BERITA FOTO KARYA RAHMAD SURYADI DI AGENCY AFP (ANALISIS SEMIOTIKA BERITA FOTO BENGCANA KARYA RAHMAD SURYADI DI AGENCY AFP)
8	MUHAMMAD FITRA AFRANSYAH	1203110148	Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.SI	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI VISUL PIZZA TURKI MEDAN MELALUI VIDEO INSTAGRAM (STUDI PADA PIDE ANNE)
9	MUHAMMAD RIDWAN MANURUNG	1503110294	Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	PERSEPSI JURNALIS DI MEDAN TENTANG KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK (STUDI PADA KASUS PERSATUAN WARTAWAN INDONESIA SUMATERA UTARA)
10	HERDO MELVINDO	1503110090	RAHMANITA GINTING, HJ, Ph.D	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom	

Jedulis Sidang:

Ditandatangani oleh :

a.n. Rektor
 Wakil Rektor
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua,
 Panitia Ujian

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Medan, 07 Rajab 1440 H

14 Maret 2019 M



Sekretaris

Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom