

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Yogyakarta, selalu identik dengan kata tentram, damai, adem dan lainnya. Kota Yogyakarta merupakan Ibu Kota dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang meliputi beberapa bagian daerah di antaranya, Kabupaten Gunung Kidul, Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Sleman, dan Kabupaten Bantul. Hampir seluruh masyarakat di Indonesia mengenal Kota Yogyakarta dengan sebutan Kota Pendidikan dan Kota Budaya.

Tercatat pada tanggal 19 Desember 1949, berdiri sebuah Universitas Negeri yang Pertama di Yogyakarta, yaitu Gadjah Mada. Hanya dengan bantuan dari pihak Kraton Yogyakarta yang meminjami Pagelaran dan Siti Hinggil untuk menjadi pusat kegiatan Universitas ini. Dalam waktu yang singkat dan penuh perjuangan, pemuda-pemudi Indonesia mulai membangun bangsa dan negaranya, diawali dengan belajar pada Universitas yang lahir dari perjuangan rakyat. Nama Gadjah Mada senantiasa mengingatkan akan sumpah Palapa untuk mempersatukan wilayah Nusantara (Bagian Hubungan Masyarakat, 2011:39)

Yogyakarta tidak hanya dikenal dengan kota pendidikan, kota ini disebut juga sebagai salah satu pusat kebudayaan, khususnya budaya Jawa, yang merupakan salah satu akar bagi tumbuhnya budaya bangsa Indonesia. Salah satu ciri peninggalan kerajaan baru di zaman islam yang masih berdiri adalah Kraton Yogyakarta. Kerajaan dengan pusatnya di Kraton (istana), pada hakikatnya merupakan pusat peradaban dan tersimpan serta dihidupkannya segala seni-budaya yang paling indah pada zamannya masing-masing.

Semakin bertumbuhnya masyarakat dan realitas menjadi pijakan pertama untuk mencitrakan sebuah kota. Masyarakat memiliki persepsi tersendiri terhadap

karakteristik suatu kota atau pada periode waktu yang lain, sehingga citra suatu kota bukan tidak mungkin hilang, berubah, bergeser, bahkan bertambah.

Yogyakarta dengan slogan “*Yogyakarta Berhati Nyaman*” menurut Perda Kotamadya Yogyakarta No. 1 Tahun 1992 memiliki cita-cita luhur yang ingin diwujudkan dan bermakna bersih, sehat, indah, dan nyaman. Secara filosofis, slogan tersebut adalah perilaku yang merupakan cerminan tata nilai kehidupan yang dilandasi hakekat budaya “*Ngayogyakarta Hadiningrat*” sebagai bagian dari budaya nasional yang bersumber pada falsafah pancasila, yang diimplementasikan dengan semangat Yogyakarta yang berpredikat sebagai Kota Budaya, Kota Perjuangan, Kota Pendidikan dan, Kota Tujuan Wisata Utama (Yayasan Karya Bhakti Sosial, 2001:27)

Dari pengertian citra kota Yogyakarta di atas, dapat dilihat bahwa kota Yogyakarta sangat identik dengan ketentraman, masyarakat yang membaaur serta budaya dari seluruh pelosok negeri dan menjadi satu di kota Yogyakarta serta tidak membedakan antara satu dan lainnya.

Pada tahun 2001, Yogyakarta memunculkan “*Brand Image*” (penciptaan citra) seperti yang terjadi pada daerah-daerah lainnya di Indonesia. Pada saat itu Yogyakarta memunculkan *brand* “*Jogja Never Ending Asia*” sebagai wujud dari citra kotanya. Daerah Istimewa Yogyakarta menciptakan citra yang merefleksikan atau menjadi indikator nilai (*value indicator*) bagi semua orang, baik di dalam maupun di luar negeri. Dengan harapan hal ini menjadi aset riil yang memiliki andil cukup besar dalam pembangunan Jogja di masa depan. Adapaun visi dan misinya adalah sebagai berikut:

Visi

Jogja Never Ending Asia mempunyai visi untuk menjadikan Yogyakarta “*to become the leading economic region in Asia for trade, tourism, and investment in five years*” (menjadi pemimpin/pelopor daerah-daerah Asia dalam bidang perdagangan, pariwisata, dan investasi dalam jangka waktu lima tahun ke depan).

Misi

Jogja Never Ending Asia mempunyai satu misi, yaitu untuk menarik, memberikan kepuasan dan mempertahankan para pelaku pasar, wisatawan, investor, pengembang dan para organisator kelas dunia untuk berusaha dan menanamkan investasinya di Yogyakarta. Untuk mewujudkan hal itu, Yogyakarta harus mengembangkan diri, menciptakan LIV, yaitu *livability*, yakni suasana damai dan nyaman, *investability*, yakni mampu digunakan untuk berinvestasi, dan *visitability*, yakni menarik dan berkesan untuk dikunjungi. Semua upaya ini pada akhirnya dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat Yogyakarta.

(http://portal.jogjapro.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=299&Itemid=487 diakses pada tanggal 9 Desember 2014, 08.21 WIB)

Dari pemaparan misi di atas, dapat dilihat bagaimana upaya pemerintah untuk mewujudkan suatu kota yang aman, nyaman, damai, menarik, serta berkesan untuk dikunjungi oleh para wisatawan, baik dari luar maupun dalam negeri sehingga bisa meningkatkan taraf hidup masyarakat di dalamnya. Dan inilah maksud utama dari kota yang berhati nyaman tersebut.

Realitas sosial yang terjadi belakangan ini membuat animo masyarakat luar terhadap Kota Yogyakarta menjadi acuan atau tolak ukur masyarakat terhadapnya. Identitas sebagai kota pendidikan menurun, sehingga pemerintah kota Yogyakarta yang memiliki tanggung jawab terhadap citra ini menempatkan visi pembangunannya seperti berikut: terwujudnya kota Yogyakarta pada tahun 2010 sebagai pusat pendidikan dan pariwisata yang berbudaya, pertumbuhan dan pelayanan jasa, menuju terciptanya masyarakat madani yang dijiwai semangat "*Mamayu Hayuning Bawana*" (Kurniawati Asti, 2012:4)

Seiring berjalannya waktu dan semakin bertambahnya penduduk yang datang di kota Yogyakarta, Yogyakarta tidak hanya menjadi tempat belajar, kota ini juga menyimpan beragam kekayaan, baik alam maupun kehidupan, serta sosial. Transisi masa ke masa kota Yogyakarta dapat dirasakan para penghuninya,

mulai dari tindak kriminal yang semakin meningkat, pertumbuhan penduduk yang semakin padat, sampai pembangunan yang semakin menumpukkan bangunan-bangunan mewah yang semakin hari semakin menjadi. Tidak heran bila kota yang dijuluki sebagai kota budaya serta pendidikan ini banyak mendapatkan kritikan sosial dari berbagai kalangan khususnya para penggiat media informasi baik cetak maupun visual.

Kritik sosial yang diberikan tidak hanya sekedar tentang pemerintahan saja, para punggawa pengamanan negeri sendiri tidak luput dari mata kritikus tersebut, seperti kasus pembunuhan oleh Tentara Nasional Indonesia (TNI) yang terjadi di Lapas Cebongan pada tanggal 23 Maret 2013. Seperti yang diberitakan oleh Kedaulatan Rakyat tanggal 24 Maret 2013:

“Lapas Cebongan Sleman Diserbu, 4 Tahanan Tewas”. Kejadian ini bermula ketika segerombolan pria bersenjata api laras panjang, Sabtu (23/3) dini hari menyerbu Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) kelas II B Sleman yang terletak di Cebongan Sleman. Mereka memaksa masuk dengan melukai penjaga (sipir) Lapas dan meminta menunjukkan ruang tahanan empat tersangka pembunuh anggota Kopassus Grup II Surakarta, Sertu Santosa (31).

Di tahun 2013 menjadi tahun yang sangat panas, kriminalitas di kota Yogyakarta meningkat, realitas sosial yang ada menunjukkan begitu cepat pertumbuhan di kota ini, bahkan beberapa tempat khusus para penyandang cacatpun harus raib di makan waktu. Kritikan terhadap kota budaya ini juga semakin marak dilakukan oleh para pengamat serta masyarakat yang bergerak di dalamnya. Kritikan akan realitas yang terjadi di masyarakat D.I. Yogyakarta tidak luput dari pandangan para wartawan/jurnalis yang melalui sebuah karya fotografi mereka menginformasikan berbagai peristiwa yang bergejolak dan membuat sebuah reportase untuk disiarkan kepada publik. Wartawan tersebut harus mencari

fakta serta mengolahnya kemudian dijadikan dalam bentuk sebuah karya tulisan. Untuk membuat sebuah ilustrasi tulisan, wartawan foto yang biasa disebut pewarta foto mempunyai tugas membuat gambar untuk mengisi kolom foto jurnalistik. Berita yang tersaji dalam sebuah foto peristiwa semakin kuat ditambah dengan pembuatan *caption* sesuai kaidah jurnalistik, yaitu mempuat 5W1H (*what, who, why, where, when dan how*).

Salah satu contoh jejak rekam para pewarta adalah seperti yang di beritakan oleh kompas online pada hari Rabu, 6 Agustus 2014 jam 16:22 WIB.

Gambar 1.1

Haris Firdaus / KOMPAS.COM

“Sumur Kering, Warga Jogja Aksi Mandi Tanah di Depan Hotel”



Dodok Putra Bangsa (37), warga Kampung Miliran, Kota Yogyakarta, melakukan aksi teatrikal di depan Fave Hotel, Yogyakarta, Rabu (6/8). Aksi itu untuk menyuarakan keringnya sumur warga Miliran yang diduga terkait dengan keberadaan Fave Hotel di wilayah itu (<http://regional.kompas.com/read/2014/08/06/16225191/sumur.kering.warga.jogja.aksi.mandi.tanah.di.depan.hotel> diakses pada tanggal 8 Desember 2014, 18.33 WIB).

Seperti yang ditulis oleh salah satu wartawan media online di atas, diperlihatkan bagaimana kekeringan yang terjadi di sumur-sumur warga sekitar hotel megah tersebut. Kondisi ini jelas menyulitkan warga yang berada di sekitar

area bangunan megah yang kemudian pelaku aksi “mandi tanah” tersebut juga menjelaskan bahwa “kekeringan terjadi pada sekitar 50 sumur, baik sumur timba maupun sumur yang memakai mesin”. Menurutnya, kekeringan tersebut tidak wajar karena daerah Miliran dikenal sebagai wilayah yang memiliki cadangan air tanah yang melimpah. Hal ini berbanding terbalik dengan visi dan misi dari kota Yogyakarta seperti yang telah dijelaskan di atas. Memang bagi para wisatawan yang datang ke kota pendidikan dan kota budaya ini merasakan kenyamanan yang ingin diciptakan oleh pemerintah, namun bagi masyarakat yang tinggal dan hidup di dalamnya apakah masih merasa nyaman bila pembangunan yang di cita-citakan tersebut malah semakin tak terarah? Kebiasaan buruk di Indonesia sendiri adalah menyelesaikan masalah ketika sudah berada di puncaknya.

Lewat karya fotografi, seseorang dapat mengkomunikasikan ungkapan perasaan dalam dirinya kepada orang lain, dan sebaliknya dengan melihat karya fotografi orang dapat memperoleh informasi dengan bahasa visual lewat penalaran masing-masing. Disini kita dapat melihat tujuan utama dari fotografi ialah komunikasi. Tidak banyak orang membuat gambar hanya untuk menyenangkan diri sendiri. Kebanyakan orang memotret karena ingin dilihat orang lain. “Kita ingin menjelaskan, membidik, menghibur, mengungkapkan pengalaman kita pada kepada orang lain. Gambar ialah sarana bagi juru foto, seperti kata-kata ialah sarana bagi penulis untuk mengungkapkan apa yang diinginkan” (Soelarko, 1993:10).

Jurnalis foto bukan suatu pekerjaan yang eksklusif walaupun dalam diri pewarta tersebut melekat hak-hak istimewa. Berbandingan masyarakat umum lainnya, pewarta foto memiliki lebih banyak keleluasan dalam mengambil

gambar. Pewarta bisa menjangkau tempat dimana itu bisa menjadi terlarang atau terlindung dari penglihatan publik. Dalam dunia fotografi jurnalistik, juga terdapat etika jurnalistik. Louis A. Day dalam bukunya, *Ethics In Media Communications: Cases and Controversies*, mengedepankan tiga hal mengenai etika jurnalistik, yaitu Kredibilitas, Integritas, dan Kesopanan. Walaupun demikian, ada kalanya pewarta foto memaksakan diri untuk merekam gambar yang itu bahkan mengusik orang lain. AJI (Aliansi Jurnalis Independen) merumuskan etika jurnalistik dalam bentuk kode Etik dalam 18 rincian. Dengan jelas pada poin ke 7 disebutkan: “Jurnalis menggunakan cara-cara yang etis untuk memperoleh berita, foto, dan dokumen. AJI berdiri resmi sejak Desember 1988, Pewarta Foto Indonesia pada rapat pleno di tahun 2007 merumuskan panduan etika kode etik pewarta foto Indonesia” (Wijaya Taufan, 2014:88).

Pewarta Foto Indonesia (PFI) Yogyakarta sebagai salah satu perekam jejak visual liputan berita foto pada peristiwa besar atau kecil di seluruh penjuru D.I. Yogyakarta. Melalui karya foto jurnalistik yang di pameran pada pameran “*Jogja Berhenti Nyaman*” tahun 2013, Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta mencoba memberitahukan kepada khalayak bagaimana keadaan Kota yang memiliki slogan “Berhati Nyaman” ini melalui karakter foto, teknik pengambilan gambar, komposisi dan *angle* yang ditampilkan lewat pameran “*Jogja Berhenti Nyaman*” tahun 2013. Dengan jejak rekam foto jurnalistik, Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta terjun menjadi saksi sejarah bertumbuh kembangnya Kota Yogyakarta dengan segala citra yang dimilikinya.

Sepanjang tahun 2013, banyak sekali peristiwa mengejutkan terjadi, 21 Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta menyajikan dan merefleksikan realitas yang

terjadi di seluruh penjuru D.I.Yogyakarta dalam ruang pameran Bentara Budaya Yogyakarta. Dari aksi tindak kriminal, lingkungan hidup, pertumbuhan dan perkembangan kota, perusakan gedung bersejarah, serta kasus yang sangat menyedot semua perhatian masyarakat adalah kasus Hugos cafe, kasus penyerangan Lapas Cebongan, selebaran poster “anti premanisme” di sudut-sudut jalan dan banyak lainnya. Berbagai peristiwa dan ungkapan semua terekam dalam memori para pewarta foto Yogyakarta, itu semua merupakan sekelumit cerita tentang Kota Yogyakarta. Slogan “Yogyakarta Berhati Nyaman” seakan berubah seketika menjadi berhenti nyaman. Seperti yang ditampilkan pada halaman sampul (*cover*) katalog pameran foto jurnalistik “*Jogja Berhenti Nyaman*” berikut:

Gambar 1.2

Gigih M Hanafi / HARIAN JOGJA / Foto Cover



Orientasi Mobilitas

Foto yang menjadi sampul halaman depan dalam katalog pameran foto jurnalistik ini memperlihatkan seakan realitas sosial yang ada di Kota Yogyakarta

saat ini adalah Yogyakarta (memang) telah berubah. Seperti yang disampaikan oleh Bagus Kurniawan/DETIK.COM dalam pengantar buku katalog pameran ini, Apa yang berubah? Kota, masyarakat, budaya atau lainnya? Apakah memang benar Yogyakarta telah berubah slogannya dari “*Yogyakarta Berhati Nyaman*” menjadi “*Yogyakarta Berhenti Nyaman*”. Berbagai ungkapan dan peristiwa semua terekam dalam pameran “*Jogja Berhenti Nyaman*” tersebut. Walaupun belum semuanya, akan tetapi sudah banyak pekerjaan rumah yang harus diselesaikan oleh masyarakat yang bergelut dalam lingkup wilayah “*Yogyakarta Berhati Nyaman*”.

Karya Foto Jurnalistik yang di tampilkan dalam katalog pameran foto jurnalistik “*Jogja Berhenti Nyaman*” inilah yang akan menjadi objek penelitian. Dalam setiap karya foto jurnalistik anggota Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta mencoba menyampaikan esensi nyata bahwa kita hidup bersama di Yogyakarta, menjadi harapan bahwasanya kita semua menginginkan “*Yogyakarta Berhati Nyaman*” bisa terwujud. Sebagai pewarta foto, foto jurnalistik yang ditampilkan merupakan bentuk segenap rasa memiliki tanggung jawab sebagai fungsi kontrol sosial, sehingga foto jurnalistik seolah-olah bisa di ajak bercerita atau berinteraksi oleh orang yang melihatnya. Foto jurnalistik dapat menjadi sarana yang ampuh dalam menyajikan fakta, dibekali dengan kualitas fotografer yang jujur dan berpegang teguh pada pendirian untuk menyampaikan hal-hal yang terjadi di masyarakat luas agar tidak terjadi kebohongan publik dan isu-isu sosial yang semakin larut. Karya-karya foto jurnalistik yang ditampilkan juga dapat merubah persepsi bahwa profesi sebagai pewarta foto merupakan profesi yang terhormat, serta memiliki keterampilan khusus dalam mengemban peran sejarah untuk

membuat serta menyiarkan berita foto dan tulisan seluas-luasnya bagi kepentingan masyarakat umum.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengungkap makna foto yang akan disampaikan oleh Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta melalui pameran foto jurnalistik "*Jogja Berhenti Nyaman*" 2013. Beberapa karya foto yang dianggap mewakili dari keseluruhan karya foto yang disajikan dalam katalog pameran foto jurnalistik "*Jogja Berhenti Nyaman*" ini akan dibahas dan diteliti menggunakan metode analisis semiotika.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulisan di atas, maka permasalahan yang diangkat adalah sebagai berikut: Bagaimana representasi "*Jogja Berhenti Nyaman*" yang terkandung dalam katalog karya pameran foto jurnalistik "*Jogja Berhenti Nyaman*" oleh Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana para Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta merepresentasikan Kota Yogyakarta melalui pameran foto jurnalistik "*Jogja Berhenti Nyaman*".

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang penulis lakukan ini adalah:

- 1) Manfaat Secara Akademis :
 - Penelitian ini diharapkan bisa menambah kajian pengetahuan terhadap studi semiotika dalam memahami dan menjelaskan makna dari suatu foto terhadap keistimewaan Kota Yogyakarta.

- Manfaat lainnya adalah untuk memperkaya referensi akan teori-teori foto khususnya kajian tentang foto jurnalistik.

2) Manfaat Secara Praktis :

- Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan serta wawasan bagi khalayak tentang makna fotografi jurnalistik sebagai pelaku sejarah.
- Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sebuah referensi dan wacana baru mengenai analisis semiotika dan juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan pandangan tentang makna, isi pesan, dan semiotika yang digunakan dalam fotografi jurnalistik karya *Pewartu Foto Indonesia Yogyakarta* dalam katalog pameran foto jurnalistik “*Jogja Berhenti Nyaman*”.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi Sebagai Produksi Makna

Terdapat dua mazhab dalam studi komunikasi, yaitu komunikasi sebagai transmisi pesan dan mazhab kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Masing-masing mazhab tersebut mendefinisikan komunikasi sebagai interaksi sosial melalui pesan dengan caranya sendiri. Mazhab proses cenderung menggunakan ilmu-ilmu sosial, terutama psikologi dan sosiologi. Sedangkan mazhab semiotika cenderung mempergunakan linguistik dan subjek seni, dan cenderung memusatkannya pada karya komunikasi.

Sebagai produksi makna, komunikasi berkenaan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna (berkenaan dengan peran teks dalam kebudayaan). Metode utama dalam studi ini yang digunakan adalah semiotika (ilmu

tentang tanda dan makna). Pada sisi yang lain, bagi semiotika pesan merupakan suatu konstruksi tanda yang, melalui interaksinya dengan penerima, menghasilkan makna. Pengirim, yang didefinisikan sebagai transmitter pesan, menurut arti pentingnya. Penekanan bergeser pada teks dan bagaimana teks itu “dibaca”. Dan, membaca adalah proses menemukan makna yang terjadi ketika pembaca berinteraksi atau bernegosiasi dengan teks (Fiske, 1990: 10).

Stephen Littlejohn mengatakan: *Communication is difficult to define. The world is abstract and, like most terms, posses numerous meanings* (komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata komunikasi bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti) (Morissaan, 2013: 8). Ia juga menjelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran ide serta gagasan yang menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Komunikasi juga tidak hanya tentang bagaimana proses yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, komunikasi juga dapat dikatakan sebagai proses produksi dan pertukaran pesan. Inilah yang diungkapkan John Fiske bahwa komunikasi sebagai “*transmission of message and production and than exchange of meanings*” (Fiske, 1990: 2). Dengan kata lain, “*transmission of message*” adalah dengan melihat adanya interaksi sosial dalam konteks proses hubungan seseorang dengan orang lain atau suatu proses untuk mempengaruhi sikap, tingkah laku, respon emosional dan kepercayaan orang lain.

Studi tentang komunikasi adalah studi terhadap teks dan budaya, dimana metode utamanya adalah semiotika, yang kemudian disebut

mazhab semiotika oleh John Fiske. Dalam mazhab semiotika, pesan merupakan suatu susunan dari beberapa tanda melalui proses interaksi dengan penerima dan akan menghasilkan makna. Jadi mazhab semiotika dalam fotografi maupun iklan banyak menggunakan unsur-unsur simbol atau tanda yang memunculkan sebuah mitos atau makna sebagai proses pesan yang ingin ditawarkan dalam sebuah karya fotografi untuk tujuan-tujuan tertentu yang kemudian disampaikan kepada penerima.

Menurut John Fiske, mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas sosial dan gejala alam serta merupakan produk kelas sosial yang telah mempunyai suatu dominasi. Mitos *primitif*, misalnya mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya *feminitas*, *maskulinitas*, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan (Fiske, 1990: 88).

Dalam hal ini, mitos dapat diartikan sebagai suatu bentuk kejadian atau produk kelas sosial yang tumbuh dalam realitas sosial serta bersifat abstrak dan dipercaya oleh masyarakat sekitar.

Pesan merupakan suatu bentuk lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Bisa berupa gagasan yang telah diterjemahkan ke dalam simbol-simbol dan digunakan untuk menyatakan suatu maksud tertentu kepada orang lain yang dalam hal ini komunikan. Pesan tersebut akan dimaknai seiring dengan *referensi* dari orang yang memaknainya. Oleh karena itu, proses terjadinya pertukaran ide serta gagasan melalui bahasa sebagai perantaranya disebut komunikasi.

Sebuah pesan memiliki dua makna, yaitu konotasi dan denotasi. Dalam bukunya "*Tanda-tanda dalam kebudayaan kontemporer*", Asa Berger menyebutkan bahwa konotasi berasal dari kata *connotate*, yaitu

“tanda yang mengarah pada makna-makna kultural dan terpisah, dengan kata lain adalah kata dan bentuk-bentuk lain dari komunikasi yang melibatkan simbol-simbol, historis, dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional” (Berger, 2000: 15). Sehingga konotasi merupakan arti kata yang sesungguhnya, berbeda dengan denotasi yang menunjukkan arti *referensi* sebagai fenomena lain.

Dalam berinteraksi dan menafsirkan makna, ada beberapa bagian penting dalam komunikasi, diantaranya; proses (*procces*). Komunikasi adalah proses, yang artinya sedang berlangsung dan selalu bergerak, bergerak semakin maju dan berubah secara terus-menerus. Komunikasi juga sistemis (*systemic*), yang berarti bahwa itu terjadi dalam suatu sistem pada bagian yang saling berhubungan dengan yang mempengaruhi satu sama lain. Simbol (*symbol*), komunikasi juga menekankan peran serta simbol, yang mencakup bahasa dan perilaku nonverbal, serta seni dan musik. Sesuatu yang abstrak menandakan sesuatu yang lain bisa menjadi simbol.

Julia T. Wood dalam bukunya “*Communication in Our Lives, 6th ed*” menjelaskan dua tingkatan makna dalam komunikasi. Pertama, tingkat makna berdasarkan isi (*content level of meaning*) adalah pesan harfiah. Kedua, tingkat makna berdasarkan hubungan (*relationship level of meaning*) mengekspresikan hubungan antara para pihak yang terlibat dalam komunikasi (Wood, 2012: 4).

Pada akhirnya komunikasi berpusat pada makna yang merupakan jantung dari komunikasi. Makna merupakan signifikansi yang kita berikan

pada fenomena (apa yang ditunjukkan kepada kita). Dan makna tidak terdapat dalam fenomena. Sebaliknya, makna akan muncul ketika kita berinteraksi dengan simbol. Dengan cara demikianlah kita dapat menafsirkan kata-kata dan komunikasi nonverbal.

2. Foto Jurnalistik

2.1 Pengertian Foto Jurnalistik

Fotografi merupakan proses atau seni menciptakan dari suatu obyek dengan merekayasa cahaya. Kata fotografi berasal dari kata “foto” yang berarti “cahaya” dan “grafi” yang berarti “menulis” atau “melukis”. Fotografi merupakan bahasa gambar, berbeda dengan tulisan atau pesan yang disampaikan menggunakan kata. Maka dalam fotografi cahaya merupakan bagian penting dalam prosesnya. Fotografi juga merupakan bentuk komunikasi yang dapat dipahami oleh seluruh dunia. Tujuan hakiknya jelas komunikasi. Dalam merekam suatu gambar, orang yang melakukannya tidak untuk menyenangkan dirinya sendiri. Kebanyakan orang melakukan pemotretan agar karya foto yang diciptakannya dapat dilihat orang lain (Freininger, 2003:1).

Melalui bahasa yang diciptakan gambar, seorang fotografer dapat menyampaikan pesan secara visual mencakup berbagai jenis pesan yang berupa penyampaian pesan, perasaan, gagasan, rasa, sikap dari fotografer dan para penikmatnya. Kepekaan seorang fotografer menangkap cahaya akan membuat karya foto berdimensi serta menambah rasa lebih dalam sebuah karya foto.

Fotografi mutlak dibutuhkan dalam kegiatan jurnalistik. Foto jurnalistik merupakan gabungan dari naluri jurnalis dan pengetahuan tentang teknis fotografi, sehingga karya foto seolah dapat berbicara melalui visual yang diciptakan tersebut. Dunia foto merupakan suatu konstruksi budaya, yang di dalamnya tersusun penampakan visual sebuah foto yang objektif maupun subjektif diterima dan dinilai sebagai gejala teramati yang mengundang ketergandaan dalam pemaknaan. Istilah foto jurnalistik dipopulerkan oleh Profesor Clifton Edom di Amerika Serikat pada tahun 1976 lewat bukunya *Photojournalism, Principles, dan Practices* dan lewat kuliah yang diampunya di Universitas Missouri (Wijaya, 2014: 7).

Foto jurnalistik menurut Guru Besar Universitas Missouri, AS, Cliff Edom adalah paduan kata (*words*) dan gambar (*pictures*). Sedangkan menurut Wilson hick, foto jurnalistik merupakan gabungan dari kata dan gambar. Menurutnya gambar dalam foto jurnalistik merupakan bentuk dari foto dokumentasi atas peristiwa yang diabadikan menggunakan kamera, sedangkan kata-kata dalam foto jurnalistik adalah teks yang menyertai sebuah foto (*caption*). Foto jurnalistik juga merupakan media komunikasi yang menggabungkan elemen verbal dan visual. Elemen verbal yang berupa kata-kata disebut *caption*. *Caption* berfungsi untuk melengkapi informasi dari sebuah gambar karena sebuah foto tanpa keterangan dapat kehilangan makna.

Sebagai media komunikasi visual penyampaian suatu berita, foto jurnalistik dapat juga disebut foto dokumenter atau foto dokumentasi. Menurut Oscar Motuloh dalam makalahnya “Suatu Pendekatan Visual Dengan Suara Hati”, foto jurnalistik adalah suatu medium sajian untuk menyampaikan beragam bukti visual atas suatu peristiwa pada masyarakat seluas-luasnya, bahkan hingga kerak di balik peristiwa tersebut, dalam tempo yang sesingkat-singkatnya (Motuloh, 1994:7)

Foto jurnalistik merupakan perpaduan antara dua bidang menjadi satu kesatuan yang utuh serta saling mendukung dalam wujudnya yaitu fotografi dan jurnalistik. Penguasaan lapangan oleh fotografer sangat dibutuhkan dalam membuat karya foto jurnalistik, sehingga fotografer akan tahu kapan saat yang tepat untuk merekam suatu momen. Dan akan sangat baik jika didukung oleh intelektualitas yang tinggi dari fotografer, sehingga karya foto jurnalistik yang dihasilkan mampu bercerita dan menyentuh perasaan penonton karya foto tersebut. Secara sederhana foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu, dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa foto jurnalistik akan menghasilkan sebuah karya visual yang baik secara estetika maupun etika fotografi jurnalistik agar tujuan utama guna menyampaikan pesan dalam bentuk sebuah kabar atau berita

melalui medium fotografi dapat tercapai. Foto jurnalistik memberikan kita gambaran nyata bagaimana waktu membentuk sejarah. Foto jurnalistik juga mampu membuat masyarakat melihat kembali rekaman imaji atas apa yang telah mereka lakukan pada masa lalu, sekaligus memuat pertanyaan apa yang akan terjadi di masa datang. Foto jurnalistik juga membantu dalam memahami lingkungan dan diri kita sendiri, serta mengidentifikasi segala sesuatu yang harus di waspadai.

2.2 Karakter Foto Jurnalistik

Untuk memperkuat dan mempertegas foto jurnalistik maka diperlukanlah karakter dari foto itu sendiri. Menurut Frank P. Hoy, dari Sekolah Jurnalistik dan Telekomunikasi Walter Cronkite, Universitas Arizona yang dikutip oleh Alwi dalam bukunya "*Foto Jurnalistik*" mengatakan karakter fotojurnalistik adalah sebagai berikut:

- Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan pewarta foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.
- Medium Foto jurnalistik adalah media cetak koran atau majalah, dan media kabel atau satelit juga internet seperti kantor berita (*wire services*).
- Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
- Foto jurnalistik adalah paduan dari foto dan teks foto.
- Foto jurnalistik mengacu pada manusia. Manusia adalah subjek, sekaligus pembaca foto jurnalistik.

- Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan dengan orang banyak
- Foto jurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto.
- Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers (*freedom of speech and freedom of press*) (Mirza, 2004:4).

Dari berbagai karakteristik yang dipaparkan diatas, terlihat jelas bahwa foto jurnalistik tidak hanya sekedar karya foto biasa, namun memiliki banyak pesan didalamnya. Dalam hal ini, manusia berperan sebagai subjek sekaligus pembaca atau khalayak (*audience*). Karena elemen utamanya berupa medium fotografi atau foto jurnalistik, maka foto (foto jurnalistik) tersebut harus mampu menggantikan peran kata-kata. Sementara hal-hal yang tidak terungkap atau tidak tertangkap dalam suatu frame foto, maka naskah atau *caption* dapat dijadikan sebagai elemen pelengkap sebuah foto jurnalistik.

2.3 Jenis dan Fungsi Foto Jurnalistik

Ada banyak pendapat mengenai jenis-jenis foto jurnalistik. Badan Foto Jurnalistik Dunia (*World Press Photo Foundation*) dalam lomba foto tahunan yang diselenggarakan bagi wartawan foto di seluruh dunia mengkategorikan jenis-jenis foto jurnalistik dalam sembilan poin kategori, yang dikutip oleh Reza Fitrianto mahasiswa Universitas Veteran Yogyakarta dalam skripsi yang berjudul "*Makna Potret Sisi Lain Ibadah Haji dalam Buku*

Fotografi “Makkah Photographic Diary” antara lain sebagai berikut:

a) *Spot photo*

Spot photo (foto spot) adalah foto yang memuat suatu peristiwa tidak terduga dan direkam oleh si fotografer langsung di lokasi kejadian. Misalnya, foto peristiwa kecelakaan, kebakaran, perkelahian, dan perang. Karena dibuat dari peristiwa yang jarang terjadi dan menampilkan konflik serta ketegangan, maka foto spot harus segera diterbitkan. Pada foto spot dibutuhkan keberuntungan pada fotografer dalam hal posisi dan keberadaannya, serta keberanian saat membuat foto. Sehingga memperlihatkan emosi subjek yang dalam fotonya dapat memancing emosi ataupun empati nurani dari sang pembaca.

b) *General News Photo*

General news photo merupakan foto suatu peristiwa yang sudah dijadwalkan, rutin, dan biasa. Hal ini kemudian dibagi kembali menjadi beberapa isu seperti; politik, ekonomi, dan sebagainya.

c) *People in the News Photo*

Adalah foto tentang masyarakat atau orang dalam suatu berita. Biasanya yang divisualkan ialah pribadi atau sosok yang menjadi berita atau isu tersebut.

d) *Daily Life Photo*

Merupakan foto tentang kehidupan sehari-hari manusia dilihat dari segi kemanusiawainnya (*human interest*).

e) *Portrait*

Foto mengenai wajah seseorang secara dekat dan “eksis” yang mempunyai ciri khas tertentu.

f) *Sport Photo*

Foto peristiwa-peristiwa atau kejadian yang berkaitan dengan dunia olahraga, di dalam maupun di luar lapangan atau arena.

g) *Science and Technology Photo*

Merupakan foto yang diambil dari peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi serta penemuan-penemuan (*discovery*).

h) Arts and Culuture Photo

Foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya.

i) Social and Environment

Foto-foto yang berisikan tentang kehidupan sosial masyarakat serta lingkungan hidup (alam) di sekitarnya.

Foto jurnalistik juga mempunyai peranan penting untuk khalayak pengkonsumsi berita, seperti halnya jurnalis tulis, ini terlihat dari bentuk dan penyajiannya yang berbeda, sehingga maka sudah tentu foto jurnalistik juga punya fungsi yang berbeda.

Dalam bukunya *Photojournalism, The Visual Approach*, Hoy memaparkan fungsi foto jurnalistik sebagai berikut:

1. Mengkomunikasikan berita karena foto seringkali memiliki arti penting dalam penyampaian berita.
2. Untuk menarik minat, karena begitu melihat foto sebagai sesuatu yang menarik pembaca ingin membaca berita
3. Menonjolkan dimensi lain dari sesuatu yang diberitakan
4. Untuk meningkatkan berita tanpa mengurangi arti berita tersebut
5. Sebagai penghias halaman surat kabar (Hoy, 2003:26).

Walaupun keberadaan foto jurnalistik jauh lebih muda dari jurnalis tulis, namun keberadaan foto jurnalistik terus dikembangkan karena mempunyai fungsi yang sangat berbeda dari segi fotografi lainnya.

2.4 Tahapan Foto Jurnalistik

Untuk menghasilkan sebuah foto jurnalistik yang baik, sedikitnya ada empat tahapan yang harus dilakukan secara baik

oleh fotografer jurnalistik (*photojournalist*). Tahapan-tahapan tersebut diantaranya; komposisi, focus, kecepatan, dan diafragma (Mirza, 2004:42).

A) Komposisi

Komposisi adalah penempatan maupun susunan objek yang difoto dalam sebuah frame foto. susunan itu hanya fotografer yang dapat mengetahui dan mereka-reka sesuai imajinasinya sendiri. Dengan kata lain, komposisi tidak dapat diciptakan melalui alat (kamera perekam), tetapi dari fotografer itu sendiri. Komposisi dilakukan berdasarkan *point of interest*, yaitu dalam sebuah frame foto terdapat sesuatu yang ditonjolkan, menjadi poin utama, sehingga membuat orang yang membaca atau melihatnya langsung peka terhadap sesuatu (objek) yang ditonjolkan tersebut. Dalam menentukan *point of interest* dibutuhkan pula beberapa persyaratan antara lain:

1. Bentuk (*shape*)

Bentuk atau *shape* harus dipilih berdasarkan objek yang menjadi pusat perhatian, yakni yang memiliki ciri khas bentuk yang berbeda dari yang lain dan jelas.

2. Kontras (*contrast*)

Suatu objek yang menjadi *point of interest*, misalnya objek yang bersinar dan menerangi. Ada bagian objek yang terang, ada bagian yang gelap, sehingga membuat kontras permukaan objek dalam sebuah frame foto.

3. Warna (*colour*)

Warna sangat dibutuhkan untuk pemotretan film berwarna. apabila tidak terdapat warna maka hasil foto menggunakan film warna juga tidak akan menghasilkan warna.

4. Tekstur

Tekstur adalah hal yang timbul atau sesuatu yang menonjol selain bentuk objek itu sendiri.

Komposisi juga disusun berdasarkan jarak pemotretan yang dilakukan dengan variasi *long shot*, *medium shot*, dan *close up*. Juga sudut pengambilan gambar (*angle*) dengan variasi *high angle*, *eye view level*, dan *low angle*. Lalu penempatan objek lain dengan objek utama, dengan variasi *foreground* dan *background* serta posisi kamera yang diletakkan secara *vertical* atau *horizontal*. (Mirza, 2004: 45)

5. Long shot

Komposisi yang dihasilkan adalah objek (*point of interest*) terlihat kecil. Komposisi dengan pemotretan long shot dilakukan untuk memperoleh foto dengan kesan memperlihatkan suasana.

6. Medium Shot

Komposisi yang dihasilkan adalah objek yang difoto (*point of interest*) sudah terlihat besar dibandingkan dengan pemotretan Long shot. Hal ini dikarenakan posisi kamera sudah berada lebih dekat jaraknya dengan objek foto.

7. Close Up

Komposisi yang terlihat hanya objek yang difoto saja atau yang dijadikan *point of interest* (lebih jelas), pada seluruh permukaan foto atau kaca pembidik. Tidak ada objek lain, sehingga hasil foto objek terlihat besar. Pemotretan secara *close up* umumnya dilakukan untuk memperlihatkan ekspresi orang atau detil suatu benda sehingga menimbulkan kesan kedekatan serta dramatis.

8. High Angle

Pemotretan dengan menempatkan objek foto lebih rendah dari pada kamera, sehingga yang terlihat pada kaca pembidik foto terkesan kecil dan rendah. Komposisi ini menggambarkan ketidakberdayaan sebuah objek.

9. *Low Angle*

Pemotretan dengan posisi kamera ditempatkan lebih rendah dari pada objek foto, sehingga objek foto terkesan membesar pada jendela bidik. Pengambilan gambar dari sudut seperti ini menciptakan kesan angkuh, tinggi, besar, gagah, hebat, dan lainnya pada objek yang difoto.

10. *Foreground*

Foreground adalah pemotretan dengan menempatkan objek lain didepan objek utama. Tujuannya, selain sebagai pembanding juga untuk memperindah objek utama. *foreground* atau latar depan, dapat dibuat tajam (*focus*) maupun tidak tajam (*blur*).

11. *Background*

Berbanding terbalik dari *foreground*, *background* merupakan suatu cara pemotretan dengan menempatkan objek utama di depan objek lain. Tujuannya seperti *foreground*, yakni sebagai pembanding dan memperindah objek utama agar terlihat tajam dan dinamis.

12. *Vertical and Horizontal*

Pemotretan dengan komposisi kamera mendatar (*horizontal*) dan hasil fotonya juga mendatar. Sementara berdiri (*vertical*) maka posisi fotonya juga akan berdiri.

B) Fokus

Adalah kegiatan mengatur ketajaman objek foto yang telah dijadikan *point of interest* pada saat mengatur komposisi. Mencari titik tajam focus dilakukan dengan cara memutar *ring focus* pada lensa. Sehingga terlihat pada jendela pembidik objek yang tadinya kurang jelas menjadi fokus dan tajam serta jelas bentuk dan tampilannya.

Pada kamera dengan teknologi digital seperti saat ini, *focus* sudah tidak dilakukan dengan memutar gelang *ring focus* pada lensa kamera seperti pada kamera manual (*analog*), melainkan tinggal menekan tombol *auto focus-on* maka secara cepat dan otomatis *ring focus* akan berputar dengan sendirinya mencari titik fokus suatu objek sesuai area yang diinginkan.

C) Kecepatan (*speed*)

Setelah melakukan komposisi dan fokus, maka langkah selanjutnya adalah mengatur kecepatan (*speed*). Kecepatan adalah gerakan tirai yang membuka dan menutup sesuai angka yang skala kecepatan yang dipilih. Tirai yang biasa disebut dengan jendela rana ini ada pada bagian belakang dalam kamera. Jika angka yang dipilih pada tombol kecepatan besar atau diatas $1/60$ detik, maka tirai akan membuka dan menutup dengan cepat sehingga cahaya dapat masuk ke dalam dalam kamera menjadi semakin sedikit.

Sebaliknya jika angka yang dipilih kecil atau dibawah $1/60$ detik maka tirai atau jendela rana akan membuka dan menutup secara lambat dan cahaya yang dapat masuk ke dalam kamera akan semakin banyak. Namun dalam hal ini berisiko menimbulkan efek *shake* (goyang) pada foto yang dihasilkan.

D) Diafragma (*Aperture*)

Konsep logika diafragma yaitu semakin besar diafragma (ditunjukkan dengan angka diafragma nominal kecil) maka semakin banyak cahaya yang masuk ke kamera melalui lensa. Begitu pula sebaliknya. Tirai atau jendela rana pada kamera bergerak membuka dan menutup karena gerakan pegas yang meregang pada saat kamera (*analog/manual*) diputar atau ditarik tungkai pegasnya. Gerakan pegas yang menggerakkan tirai kamera pada saat bersamaan juga menggerakkan jendela rana yang membesar dan mengecil pada lensa. Rana membesar dan mengecil berdasarkan angka (bukaan) yang dipilih pada lensa yang disebut diafragma, yaitu $f/1,2-3$, $4-5,6$, $8-11$, $14-16$, $18-22$. Kalau angka yang dipilih pada diafragma besar atau dibawah angka $5,6$ ($f/5,6$) maka rana akan membuka dengan besar sehingga cahaya yang dapat masuk ke dalam rana melalui lensa sangat banyak jumlahnya.

2.5 Etika Foto Jurnalistik

Dalam sebuah karya foto jurnalistik, tidak semata-mata bebas menampilkan kekerasan atau foto yang tidak memperhatikan hak azasi yang ada didalamnya. Keistimewaan yang dimiliki para wartawan foto jurnalistik memiliki aturan khusus yang merupakan kesepakatan wartawan foto di seluruh dunia.

Louis A. Day dalam bukunya "*Ethics In Media Communications: Cases and Controversies*" dikutip oleh Wijaya dalam bukunya *Foto Jurnalistik*, mengharapkan sekurangnya mengenai tiga hal yaitu kredibilitas, integritas, dan kesopanan (Wijaya, 2014:85-86).

Untuk memperkokoh serta meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap profesi pewarta foto, sebuah perhimpunan jurnalis foto profesional dunia yang dikenal dengan sebutan *National Press Photographers Association (NPPA)* merumuskan kode etik foto jurnalistik pada tahun 2004 di Amerika.

Wijaya dalam bukunya "*Foto Jurnalistik*" mengutip isi kode etik tersebut sebagai berikut:

National Press Photographers Association Code of Ethics

Jurnalis foto dan mereka yang mengelola produksi berita visual bertanggung jawab untuk menegakkan standar berikut dalam pekerjaan sehari-hari mereka, diantaranya:

1. Akurat dan menyeluruh dalam merepresentasikan subjek.
2. Menolak termanipulasi kesempatan foto sandiwara.
3. Melengkapi dan menetapkan konteks saat memotret atau merekam subjek. Hindari stereotip individu dan kelompok. Mengakui dan bekerja untuk menghindari menyajikan bias sendiri dalam pekerjaan.
4. Perlakukan semua subjek dengan hormat dan bermartabat. Berikan pertimbangan khusus untuk subjek yang rentan diserang dan kasihanilah korban tindak kejahatan atau tragedi. Mengganggu saat-saat pribadi kesedihan hanya ketika masyarakat memiliki kebutuhan utama dan dibenarkan untuk melihat.

5. Ketika memotret subjek jangan dengan sengaja menambah, mengubah, atau berusaha mengubah atau mempengaruhi peristiwa.
6. *Editing* harus mempertahankan integritas konten gambar foto dan konteks. Jangan memanipulasi gambar atau menambahkan atau mengubah suara dengan cara apapun yang dapat menyesatkan pembaca atau salah menggambarkan subjek.
7. Jangan membayar sumber atau subjek atau memberi imbalan material untuk informasi dan partisipasinya.
8. Jangan menerima hadiah, bantuan, atau kompensasi dari mereka yang mungkin berusaha untuk mempengaruhi peliputan.
9. Jangan dengan sengaja menyabotase upaya jurnalis lain (Wijaya, 2014:90-91).

Naluri, pengalaman, dan kematangan seorang pewarta foto sangat mempengaruhi hasil liputan. dimana seorang pewarta foto sebelum ia melakukan pemotretan lebih baik mengetahui terlebih dahulu medan apa saja yang akan ia hadapi, dan pada akhirnya momen tersebut ia abadikan.

3. Semiotika Sebagai Studi Budaya

Manusia adalah makhluk yang selalu mencari makna dari berbagai hal yang ada disekitarnya. Ketika seseorang sudah dapat berinteraksi dengan dunia di luar dirinya, maka ia dapat memaknai apa yang terjadi disekitarnya dengan caranya sendiri. Proses pemaknaan seperti itu dikenal dengan nama *Semiosis*. Istilah *semiosis* diperoleh dari Charles Sanders Peirce yang menggambarkannya sebagai proses dari pencerapan sesuatu dengan indra kita dan kemudian diolah oleh kognisi kita sendiri. Apa yang dimaknai oleh manusia di luar dirinya disebut *sign* (tanda). Dalam

pengertian Peirce merupakan proses pemberian makna. Tahap yang diserap manusia merupakan tahap awal *semiosis*, pada tahap awal ini disebut dengan *ground* atau *representamen*, yang kemudian diolah dan hasilnya disebut *object*. Dan proses selanjutnya adalah penafsiran untuk mengolah *object* dan hasilnya disebut *interpretant*. Inilah yang disebut *semiosis* oleh Peirce.

Para *strukturalis*, merujuk pada Ferdinand de Saussure, dimana ia melihat tanda sebagai pertemuan antara bentuk (yang tercipta dalam kognisi seseorang) dan makna (atau isi, yakni yang dipahami oleh manusia pemakai tanda). De Saussure menggunakan istilah *signifier* (penanda) untuk suatu bentuk tanda, dan *signified* untuk segi maknanya. Saussure dan para pengikutnya (diantaranya Roland Barthes) melihat tanda sebagai sesuatu yang menstruktur (proses pemaknaan berupa kaitan berupa kaitan penanda dan petanda) dan terstruktur (hasil proses tersebut) dalam kognisi manusia. Dalam teori Saussure *signifier* bukanlah bunyi bahasa secara konkret, melainkan citra dari bunyi bahasa tersebut. Dengan demikian kita dapat melihat apa yang ada dalam kehidupan kita sebagai bentuk yang mempunyai makna tertentu. Hubungan antara bentuk dan makna tidak bersifat pribadi, tetapi sosial, dan didasari oleh kesepakatan sosial.

Pada perkembangannya, semiotik menjadi teori yang digunakan untuk mengkaji kebudayaan manusia. Roland Barthes mengembangkan teori tanda Ferdinand de Saussure (penanda dan petanda) untuk menjelaskan bagaimana kita dalam hidup bermasyarakat didominasi oleh konotasi. Konotasi merupakan pengembangan dari petanda (makna atau isi

suatu tanda) oleh pengguna tanda sesuai dengan sudut pandangnya. Konotasi yang sudah menguasai masyarakat akan menjadi mitos.

Terlepas dari pemahaman yang dipaparkan oleh Charles Sanders Peirce maupun Ferdinand de Saussure dan para pengikutnya, semiotik dapat digunakan untuk mengkaji kebudayaan. Kebudayaan dilihat semiotik sebagai suatu sistem tanda yang berkaitan satu sama lain dengan cara memahami makna yang ada di dalamnya dan bersifat konvensional. Para pakar semiotik melihat semiotik hanya sebagai sistem yang hidup dalam suatu kebudayaan, namun ada juga yang menganggap semiotik sebagai suatu ilmu. Semiotik menjadikan kebudayaan sebagai objek utama kajiannya. Pada semiotik strukturalis, peran semiotik dalam kajian budaya sangat jelas. Sedangkan pada semiotik pragmatis, lebih diarahkan pada pemahaman tentang bagaimana kognisi kita memahami apa yang berada disekitar kita, baik lingkungan sosial, alam, maupun jagat raya. Semiotik memberikan tekanan pada pemahaman atas makna fenomena budaya sebagai tanda yang sifatnya representatif dan interpretatif.

Semiotika adalah studi mengenai tanda, namun ada juga yang menyatakan "*study of how a society produces meanings and values in a communication system is called semiotics the greek term semion, "sign"*". studi tentang bagaimana masyarakat memproduksi makna dan nilai-nilai dalam sistem komunikasi disebut semiotika.

Pesan memiliki kedudukan yang sangat penting dalam komunikasi. Menurut John Powers (1995) pesan memiliki tiga unsur yaitu: 1) tanda dan

simbol; 2) bahasa dan, 3) wacana (*discourse*) (Morissan, 2013: 32). Menurutnya tanda adalah bentuk dasar dari semua proses komunikasi. Tanpa memahami teori tentang tanda maka pesan yang disampaikan akan membingungkan penerima. Kedua konsep tersebut menyatu dalam teori komunikasi, khususnya pada simbol, bahasa, serta tingkah laku nonverbal.

Menurut Ferdinand de Saussure menyatakan bahwa tanda (*sign*) termasuk “bahasa”, yang bersifat acak (*arbitrary*) (Littlejohn and Foss, 2005 :103-104). Bahasa sangat dipengaruhi oleh semiotika dan sebaliknya. Bahasa memiliki struktur, dan struktur mempengaruhi pesan. Saussure juga menegaskan adanya pandangan umum bahwa bahasa dan realitas itu terpisah atau tidak memiliki hubungan. Ia melihat bahwa bahasa sebagai suatu sistem terstruktur yang mewakili realitas walaupun struktur bahasa bersifat acak, namun penggunaan bahasa sama sekali tidak bersifat acak karena bahasa membutuhkan kesepakatan yang mapan (*established convention*). Menurutnya, kunci untuk melihat struktur dari bahasa adalah perbedaan (*difference*) dan tanda merupakan kesepakatan yang diarahkan oleh aturan (*signs are convention governed by rules*).

Seperti yang disebutkan oleh Benny H. Hoed dalam Bukunya “*Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*”, De Saussure ingin mengemukakan bahwa bahasa dapat dikaji dengan teori yang mandiri yang di sebutnya *Linguistique*. Selamat itu bahasa dikaji melalui disiplin lain seperti psikologi, filologi, dan filsafat. Dalam kaitan ini ada beberapa konsep penting dari Saussure yang perlu dipahami, diantaranya:

1) Teori sosial tentang bahasa dan tanda bahasa: *signifiant-signifie*

Bahasa adalah alat komunikasi dalam masyarakat yang menggunakan sistem tanda yang maknanya dipahami secara konvensional oleh anggota masyarakat bahasa yang bersangkutan. Tanda bahasa terdiri dari dua unsur yang tak terpisahkan, yakni unsur citra akustik (bentuk) (*signifiant*/penanda) dan unsur konsep (*signifie*/petanda). Kedua unsur itu tak terpisahkan seperti dua sisi selembar kertas. Hubungan antara penanda dan petanda, yakni antara bentuk dan makna, didasari konvensi dalam kehidupan sosial. Kedua unsur itu terdapat dalam kognisi para pemakai bahasa.

2) Hubungan (relasi) antartanda

Bahasa menggunakan tanda yang dimaknai secara konvensional. Tanda-tanda bahasa itu tersusun dalam rangkaian yang disebutnya rangkaian “sintagmatik”. Dalam hal ini, tanda bahasa berada dalam relasi sintagmatik, yakni rangkaian tanda yang berada dalam ruang dan waktu yang sama atau relasi *inpraesentia*. Fungsi gramatikal tidak selalu terikat oleh linearitas bahasa. Kata-kata (unsur bahasa) yang berada dalam realisasi sintagmatik tersusun dalam sebuah struktur. Kata-kata itu diasosiasikan secara *in absentia*. Hubungan antara kata-kata itu bersifat sosiatif atau dikatakan berada dalam relasi asosiatif. Kata-kata yang termasuk ke dalam gatra itu tergolong dalam kategori yang sejenis, biasanya dianggap masuk dalam paradigma yang sama. Oleh karena itu relasi asosiatif kemudian disebut juga sebagai relasi paradigmatis. Pada tataran *langue*, setiap penutur bahasa menguasai semacam jejaring (*a network*) unsur-unsur bahasa yang tergolong dalam paradigma. Jadi, semua unsur itu juga dapat saling membedakan diri. Jejaring ini disebut *sistem*.

3) Teori tentang “langue” dan “parole”

Dalam memahami bahasa sebagai alat komunikasi dan gejala sosial, de Saussure melihat ada dua tataran yang berkaitan satu sama lain. Bahasa sebagai gejala sosial disebutnya “*langage*”, yang terdiri dari dua tataran. Pertama-pada tataran sosial atau lintas individu-adalah yang disebutnya “*langue*”, yakni tataran konsep dan kaidah. Tataran dibawahnya adalah yang disebutnya “*parole*”, yakni, tataran praktik berbahasa dalam masyarakat.

4) Bahasa yang utama adalah lisan

Menurutnya, bahasa tulis merupakan turunan dari bahasa lisan. Jadi, bahasa yang utama adalah bahasa lisan. Bahasa yang sebenarnya adalah bahasa lisan. Ini merupakan kritik terhadap para peneliti bahasa yang terlampau terfokus pada bahasa tulis yang de Saussure pandang sebagai “tidak alamiah”. Setelah berbicara tentang “*langue*” dan “*parole*” sebagai bagian dari “*langage*”, de Saussure membicarakan pentingnya bahasa lisan. “*Langage*” yang utama adalah bahasa lisan yang merupakan objek kajian utama linguistik. Yang menurunkan bahasa lisan karena penelitian bahasa-bahasa kuno memberikan citra bahwa bahasa tertulis lebih berprestise. Padahal, tulisan adalah turunan dari bahasa lisan yang menurut de Saussure diatur oleh “*langue*”, sedangkan tulisan merupakan sistem yang berbeda. Bahasa lisan juga dianggap yang utama karena menurut de Saussure makna lebih dekat pada lisan dari pada yang tertulis. Objek utama kajian linguistik adalah bahasa lisan (Hoed, 2014: 65-70).

Namun pada perkembangannya, konsep-konsep dasar de Saussure yang dikenal sebagai strukturalis masih terlihat pada Lacan, Barthes, dan Kristeva tetapi sudah lebih dikembangkan. ada beberapa perkembangan yang sudah menjauhi Saussure, beberapa hal dalam perubahan itu diantaranya:

- 1) Memandang struktur dan sistem harus secara dinamis, tidak statis.
- 2) Hubungan *signifiant-signifie* tidak selalu dapat dijadikan dasar untuk membangun makna.
- 3) Pemaknaan (*signification*) teks tidak sekadar hasil memahami secara tunggal, tetapi suatu proses.
- 4) Kreativitas adalah bagian dari proses produksi teks (*signifiance*) yang mengikuti jalur intertekstual dan badaniah.
- 5) Teks adalah bahasa lisan, bahasa tulis, gambar, bunyi, arsitektur, sistem makanan, sistem busana, dan berbagai manifestasi dari kebudayaan
- 6) Dari “sosial” ke “antisosial” (Hoed, 2014: 82-84).

Salah satu pendekatan dalam semiotik teks adalah yang dilakukan oleh Barthes, yang melihat teks sebagai tanda yang harus dilihat sebagai memiliki segi ekspresi dan isi. Dengan demikian sebuah teks dilihat sebagai suatu maujud (*entity*) yang mengandung unsur kebahasaan. Kemudian sebagai suatu maujud yang untuk memahaminya harus bertumpu pada kaidah-kaidah dalam bahasa teks itu sendiri. Dan, sebagai suatu bagian dari kebudayaan dan lingkungan spasiotemporal, yang berarti harus memperhitungkan faktor memproduksi dan penerima teks.

Semiotika sosial lebih melihat bahasa sebagai suatu realitas, realitas sosial dan realitas semiotik. Ketiga realitas tersebut berfungsi atau bekerja sama secara bersamaan dalam mengekspresikan makna atau fungsi sosial tertentu. Sebagai suatu realitas, bahasa merupakan fenomena pengalaman fisis, logis, psikis, atau fenomena filosofis penuturnya dalam konteks situasi dan konteks kultural tertentu. Sebagai realitas sosial, bahasa merupakan fenomena sosial yang digunakan masyarakat penuturnya untuk berinteraksi dan berkomunikasi dalam konteks situasi dan konteks kultural tertentu. Sebagai realitas semiotik, bahasa merupakan suatu simbol yang merealisasikan realitas-realitas sosial dalam konteks situasi dan konteks kultural tertentu pula.

M.A.K Holliday dengan kolega dan murid-muridnya mengembangkan semiotik sosial sebagai pendekatan studi makna. Mereka tidak melihat bahasa sebagai entitas yang secara otomatis dirujuk sebagai hubungan antara yang ditandai dan yang menandai. Dalam buku *Exploration in the Function of Language* (1973), Halliday menemukan

tujuh fungsi bahasa (Tarigan, 1968: 5-7) yang kemudian dikutip oleh Rusmana dalam bukunya *Filsafat Semiotika*, yaitu:

1. *Fungsi instrumental*, melayani pengolahan lingkungan, menyebabkan terjadinya peristiwa-peristiwa tertentu. Misalnya “kamu mencuri, karena itu kamu dihukum”.
2. *Fungsi regulasi*, bertindak untuk mengawasi serta mengendalikan peristiwa-peristiwa. Misalnya “kalau mencuri, kamu pasti akan dihukum!”.
3. *Fungsi presentasional*, menggunakan bahasa untuk membuat pernyataan, menyampaikan fakta dan pengetahuan, menjelaskan, atau melaporkan atau menggambarkan realitas sebenarnya yang digambarkan orang. Contohnya “matahari panas”.
4. *Fungsi interaksional*, bertugas menjamin dan memantapkan ketahanan dan kelangsungan komunikasi sosial.
5. *Fungsi personal*, memberi kesempatan pada pembicara untuk mengekspresikan perasaan, emosi, serta reaksinya yang mendalam.
6. *Fungsi heuristik*, melibatkan pengguna bahasa untuk memperoleh ilmu pengetahuan, mempelajari seluk-beluk lingkungan.
7. *Fungsi imaginatif*, melayani penciptaan atau sistem gagasan yang bersifat imaginatif. (Rusmana, 2014: 224-225)

Sebagai sumber makna sekaligus sumber semiotik, kebudayaan juga merupakan jaringan suatu makna dan sistem semiotik. Kebudayaan yang memiliki nilai norma dan nilai kultural dapat diperoleh melalui warisan dan kontak sosio-kultural dengan masyarakat lain. Nilai dan norma kultural yang berinteraksi dengan budaya dan masyarakat lain memiliki kecenderungan untuk berubah secara sadar maupun tidak.

Sebagai anggota suatu budaya, kita memiliki perasaan dan pengertian yang sama mengenai banyak hal. Berbagai norma, ide, nilai, dan bentuk-bentuk pemahaman dalam masyarakat membantu suatu golongan/kelompok untuk menginterpretasikan suatu realitas, dan

merupakan ideologi dari suatu budaya (*culture's ideology*). Menurut Hall (1981), ideologi mengacu pada:

“those images, concept and premises whice provide the framework throught which we represent, interprent, understand, and “make sense” of some aspect of social exsistance” (segala gambaran, konsep dan gagasan yang menjadi dasar pijakan yang kita gunakan untuk menyajikan, menginterpretasikan, mengerti dan “menerima” aspek-aspek keberadaan masyarakat) (Morissan, 2013: 540).

Dalam hal ini Hall menjelaskan bahwa ideologi mencakup bahasa, konsep dan kategorisasi yang berasal dari kelompok sosial berbeda dalam upaya mereka untuk memahami lingkungannya. Sebagai anggota suatu budaya, kita memiliki perasaan dan pengertian yang sama mengenai banyak hal. Pengeritan bersama ini adalah ideologi, dimana ideologi ditentukan oleh beragam pengaruh yang sangat halus, yang datang bersamaan dan menjadikan pengalaman terkesan serta sangat nyata. Pengertian bersama tersebut tampak nyata karena adanya suatu hubungan (artikulasi) diantara beberapa sumber pembenaran (verifikasi).

Pola-pola bahasa dalam bentuk kegiatan dan perilaku yang berfungsi sebagai model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi sehingga memungkinkan orang-orang tinggal dalam suatu masyarakat merupakan bentuk perwujudan suatu budaya untuk menampakkan diri. Budaya berkesinambungan dan hadir dimana-mana, sehingga sebagian besar pengaruh budaya terhadap kehidupan kita tidak kita sadari. Secara tidak sadar dan pasti semenjak lahir kita telah dipengaruhi oleh budaya, bahkan setelah mati pun kita dikuburkan dengan cara-cara sesuai dengan budaya kita tersebut.

4. Nyaman Dan Tidak Nyaman Dari Sebuah Tata Kota

Pengertian kota dan daerah perkotaan dapat dibedakan dalam dua pengertian yaitu kota untuk *city* dan daerah perkotaan untuk urban. Pengertian *city* diidentikkan dengan kota besar, sedangkan urban berupa suatu daerah yang merupakan kota dan aktivitasnya.

Kota merupakan perwujudan perkembangan yang alamiah dari suatu permukiman perkotaan yang berkembang sangat pesat. Perkembangan tersebut menyebabkan jumlah penduduk dan luas wilayah juga berkembang dengan sangat besar, dengan karakteristik dan persoalan yang berbeda serta spesifik. Oleh karenanya suatu kota memerlukan pengelolaan tersendiri dalam hal pemecahan persoalan yang dihadapi, penyediaan prasarana dan layanan perkotaan, serta pengelolaan lingkungannya. Perkembangan kota secara historis dipandang sebagai penyebab dan solusi untuk perbaikan sosial, ekonomi, politik dan budaya. Namun, dalam perkembangan kota membuat perubahan lingkungan. Perubahan lingkungan dipengaruhi oleh tingkat dan jenis industrialisasi, kualitas perumahan, aksesibilitas untuk ruang hijau dan meningkatkan keprihatinan terhadap transportasi. Kerusakan lingkungan merupakan permasalahan kota yang diakibatkan oleh perkembangan kota yang mempengaruhi urbanisasi secara besar-besaran di kota.

Penataan ruang merupakan kebijakan publik yang bermaksud mengoptimalisasikan kepentingan antar pelaku pembangunan dalam kegiatan pemanfaatan ruang. Secara jelas bahwa keputusan yang diambil dalam perencanaan pembangunan dalam dimensi kerakyatan

menempatkan rakyat sebagai sentral dari pembangunan *center of development*, karena rakyatlah yang kelak menikmati dan merasakan dampak dari pembangunan bukan para pengambil keputusan yang jauh dari objek pembangunan. Indikator keberhasilan pembangunan bukan hanya dari pembangunan fisik, sarana dan prasarana saja, lebih jauh dari pada itu bagaimana pembangunan yang tidak hanya mempertimbangkan aspek ekonomi tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial yang pada kenyataannya lebih kompleks, bagaimana pembangunan yang memberikan keuntungan sosial atau paling tidak mengurangi beban biaya sosial faktor-faktor sosial harus diperhitungkan dalam setiap program pembangunan, dan bagaimana pembangunan menciptakan keadaan masyarakat yang sejahtera lahir dan bathin, meskipun kepentingan pembangunan sering menimbulkan konflik kepentingan diantara pemerintah dan masyarakat.

Penyelenggaraan penataan ruang bertujuan untuk mewujudkan ruang wilayah nasional yang aman, nyaman, produktif, dan berkelanjutan berlandaskan Wawasan Nusantara dan Ketahanan Nasional dengan:

- terwujudnya keharmonisan antara lingkungan alam dan lingkungan buatan;
- terwujudnya keterpaduan dalam penggunaan sumber daya alam dan sumber daya buatan dengan memperhatikan sumber daya manusia; dan
- terwujudnya perlindungan fungsi ruang dan pencegahan dampak negatif terhadap lingkungan akibat pemanfaatan ruang (<http://www.penataanruang.com/azas-dan-tujuan.html> diakses pada tanggal 30 Agustus 2015 pukul 11.16WIB).

Pada perkembangannya, masyarakat kota banyak mengeluhkan ketidaknyamanan lingkungan tempat tinggal mereka. Ketidaknyamanan tersebut dapat ditemukan dalam permasalahan mulai dari masalah

kemacetan, tidak terawatnya fasilitas umum dan masalah kebersihan lingkungan. Dalam kondisi seperti ini, setiap masyarakat menginginkan sebuah kota yang nyaman dan memang layak untuk dihuni atau *Livable City*.

Kota layak huni atau *Livable City* adalah dimana masyarakat dapat hidup dengan nyaman dan tenang dalam suatu kota. Konsep *Livable City* digunakan untuk mewujudkan bahwa gagasan pembangunan sebagai peningkatan dalam kualitas hidup membutuhkan fisik maupun habitat sosial untuk realisasinya.

Menurut Lennard (1997), prinsip dasar untuk *Livable City* adalah tersediannya berbagai kebutuhan dasar masyarakat, fasilitas umum dan sosial, ruang dan tempat publik, aman, mendukung fungsi ekonomi, sosial, dan budaya, serta sanitasi lingkungan dan keindahan lingkungan fisik.

Menurut Douglass (2002), dalam *Livable City* dapat dikatakan bertumpu pada 4 (empat) pilar, yaitu:

1. meningkatkan sistem kesempatan hidup untuk kesejahteraan masyarakat,
2. penyediaan lapangan pekerjaan,
3. lingkungan yang aman dan bersih untuk kesehatan, kesejahteraan dan untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi, dan
4. *good governance*. (<http://bappeda.bekasikota.go.id/berita-mewujudkan-mimpi-menjadi-kota-layak-huni.html> diakses pada tanggal 29 Agustus 2015 Pukul 22.59 WIB)

Berdasarkan pada hasil *Symposium* nasional, ada 7 variabel utama perkotaan, yaitu: Fisik Kota, Kualitas Lingkungan, Transportasi – Aksesibilitas, Fasilitas, Utilitas, Ekonomi dan Sosial. Dari 7 variabel utama tersebut kemudian ditetapkan 25 kriteria penentuan *Liveable City* seperti pada Table 1.3 berikut:

Tabel 1.1
Kriteria *Liveable City*

No	Kriteria
1	Kualitas Penataan Kota
2	Jumlah Ruang Terbuka
3	Perlindungan Bangunan Bersejarah
4	Kualitas Kebersihan Lingkungan
5	Tingkat Pencemaran Lingkungan
6	Ketersediaan Angkutan Umum
7	Kualitas Angkutan Umum
8	Kualitas Kondisi Jalan
9	Kualitas Fasilitas Pejalan Kaki
10	Ketersediaan Fasilitas Kesehatan
11	Kualitas Fasilitas Kesehatan
12	Ketersediaan Fasilitas Pendidikan
13	Kualitas Fasilitas Pendidikan
14	Ketersediaan Fasilitas Rekreasi
15	Kualitas Fasilitas Rekreasi
16	Ketersediaan Energi Listrik
17	Ketersediaan Air Bersih
18	Kualitas Air Bersih
19	Kualitas Jaringan Telekomunikasi
20	Ketersediaan Lapangan Pekerjaan
21	Tingkat Aksesibilitas Tempat Kerja
22	Tingkat Kriminalitas
23	Interaksi Hubungan Antar Penduduk
24	Informasi Pelayanan Publik

25	Ketersediaan Fasilitas Kaum Diffable
----	--------------------------------------

Sumber: *Indonesia Most Liveable City Index 2009*

kota layak huni atau *Livable City* menggambarkan lingkungan dan atmosfer yang nyaman sebuah kota untuk tinggal dan bekerja dilihat dari berbagai aspek, baik fisik maupun nonfisik. Prinsipnya adalah ketersediaan kebutuhan dasar, fasilitas publik, ruang terbuka untuk interaksi sosial, keamanan, dukungan fungsi ekonomi sosial, dan sanitasi. Indikator yang digunakan untuk mengukur kenyamanan itu, antara lain aspek fisik, termasuk ketersediaan ruang hijau dan desain kota; aspek lingkungan, yang meliputi polusi, penanganan sampah, dan kebersihan kota; dan transportasi, mencakup transportasi umum dan kualitas jalan. Parameter lain, yaitu layanan kesehatan dan pendidikan; kualitas sarana dan prasarana, seperti air bersih, listrik, dan telekomunikasi; kondisi ekonomi; keamanan dan keselamatan; serta interaksi sosial (<http://tataruangpertanahan.com/kliping-388--tata-kota-jadikan-kota-kian-layak-huni.html> diakses pada tanggal 30 Agustus 2015 pukul 18.28 WIB). prinsip-prinsip dari *Livable City* diantaranya :

- a) Tersedianya berbagai kebutuhan dasar masyarakat perkotaan (hunian yang layak, air bersih, listrik)
- b) Tersedianya berbagai fasilitas umum dan fasilitas sosial (transportasi publik, taman kota, fasilitas ibadah/kesehatan/ibadah)
- c) Tersedianya ruang dan tempat publik untuk bersosialisasi dan berinteraksi
- d) Keamanan, Bebas dari rasa takut
- e) Mendukung fungsi ekonomi, sosial dan budaya
- f) Sanitasi lingkungan dan keindahan lingkungan fisik (Indonesia Most Liveable City Index 2009: 4)

Perencanaan tata ruang sekarang ini diharuskan untuk memasukkan kajian lingkungan hidup strategis sebagai upaya menelaraskan keberlangsungan pembangunan dengan keberlanjutan lingkungan hidup. Ir. Ikaputra M.Eng., Ph.D., pakar perencanaan kota dan lingkungan menyebutkan, ada empat tolak ukur kota yang baik dalam disiplin ilmu perancangan kota, diantaranya;

1. Kota itu harus bisa berfungsi dengan baik. Artinya, tata guna ruang tersebut harus berfungsi optimal.
2. Kota harus memiliki sirkulasi, sehingga penghuninya bisa berpindah tempat dengan baik. Salah satu indikatornya adalah transportasi publik. Kalau transportasi publik buruk, kota itu tidak bisa dinilai baik.
3. Tata ruang kota harus dikembangkan berdasar penataan bangunan. Kalau penataan bangunannya buruk, kota itu tidak bisa dikategorikan sebagai kota yang baik.
4. Tata utilitas lain di luar sirkulasi/transportasi, seperti drainase dan sanitasi, harus bekerja dengan optimal. Tidak hanya di Jakarta, di kota lain di seluruh dunia pun menghadapi tantangan drainase dan sanitasi yang sama. Selain alasan cuaca ekstrem, ternyata masalah paling umum yang dihadapi banyak kota di Indonesia berkaitan dengan drainase adalah kapasitas utilitas drainase kota itu tidak mampu memwadahi aliran air karena tata ruang kota itu tidak dirancang dengan baik (<http://intisari-online.com/read/4-tolak-ukur-kota-yang-baik> diakses pada tanggal 30 Agustus 2015 pada pukul 21.08 WIB).

Konsep *Livable City* sangat baik apabila diwujudkan di perkotaan, karena masyarakat perkotaan yang tinggal di hidup di dalamnya sudah merasakan kejenuhan tinggal di kotanya sendiri. Untuk menghilangkan tingkat kejenuhan warga, maka pemerintah harus berusaha dalam perencanaan, pembangunan dan pengendalian untuk mewujudkan kota yang layak huni. Untuk mewujudkan kota yang layak huni di Indonesia harus adanya perubahan dari warga kota dalam menjaga kebersihan

lingkungan, menggunakan kendaraan yang ramah lingkungan dan memanfaatkan lahan sesuai dengan fungsinya, agar tidak terjadi kerusakan lingkungan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada pelaksanaannya, penulis melakukan penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka, melainkan hasil dari naskah wawancara, dokumen pribadi, catatan lapangan, catatan memo, serta dokumen resmi lainnya. Penelitian yang dilakukan berupa analisis semiotika pada katalog pameran foto jurnalistik “*JOGJA BERHENTI NYAMAN*” karya Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta TAHUN 2013 yang mengacu pada teori semiotika yang ada sebelumnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah penggambaran realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas.

Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti secara rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. Penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, motivasi, persepsi, tindakan secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Prastowo, 2010: 6).

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis semiotika yaitu ilmu atau studi analisis yang mengkaji mengenai tanda-tanda. Semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai suatu sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut

sebagai tanda (*sign*). Semiotika memfokuskan pada peran komunikasi dalam memantapkan dan memelihara nilai-nilai dan bagaimana nilai-nilai tersebut memungkinkan komunikasi memiliki arti atau makna.

2. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek adalah katalog pameran foto "*Jogja Berhenti Nyaman*" karya foto jurnalistik Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta 2013.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan:

a. Dokumentasi

Data dokumentasi ini diambil melalui katalog pameran foto jurnalistik "*Jogja Berhenti Nyaman*" karya Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta 2013. Kemudian penulis memilih beberapa foto yang dianggap mewakili untuk tahapan analisis pada BAB selanjutnya.

b. Studi pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, penulis menggunakan buku, majalah, artikel, internet, serta sumber-sumber tertulis lain yang sesuai dengan penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang di gunakan adalah analisis semiotika Roland Barthes, yaitu untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan

mitos dalam foto jurnalistik yang terekam dan dihadirkan pada katalog pameran foto jurnalistik “*Jogja Berhenti Nyaman*” karya Pewarta Foto Indonesia Yogyakarta 2013 mengenai seluruh rangkaian peristiwa yang terjadi diseluruh D.I.Yogyakarta selama tahun 2013.

Teknik analisis data digunakan untuk proses menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah diinterpretasikan. Foto menjadi peralatan utama dalam objek penelitian ini. Beberapa karya foto yang telah dipilih akan dianalisis satu persatu. Selain melalui foto, makna lainnya bisa didapatkan atau ditemukan dalam keterangan (dalam hal ini *caption*) foto itu sendiri, dimana *caption* menjelaskan hal-hal yang bisa meluruskan pandangan seseorang dalam melihat/membaca sebuah karya foto.

Pada dasarnya teori semiotika Rolland Barthes mendefinisikan semiotika dalam dua jenis tingkatan, yaitu denotatif dan konotatif. Denotatif merupakan tingkat pertandaan yang mencoba menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada bentuk realitas, sehingga menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Sedangkan konotatif merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti. Ketika konotasi telah menjadi natural sebagai hegemoni, diterima secara normal dan natural, maka ia bertindak sebagai pemetak konseptual makna yang akan membuat makna tentang dunia. Inilah yang diistilahkan Barthes dengan Myth (*Connotative System*), yang merupakan sebuah konstruksi budaya. Konsep Myth seperti konsep ideologi, yang bekerja pada level konotasi (Adjidarma, 2007 : 25).

Menurut Roland Barthes, semiotika juga mempelajari tentang kemanusiaan (*humanity*) dan memaknai hal-hal (*things*). Memaknai berarti melihat bahwa objek-objek tidak hanya membawa sebuah informasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Barthes juga menganggap kehidupan sosial sebagai sebuah signifikasi, dengan kata lain, kehidupan sosial, apapun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri.

Sebagaimana pandangan saussure, Barthes juga meyakini bahwa hubungan antara penanda dan petanda tidak terbentuk secara alamiah, melainkan bersifat *arbiter*. Dimana Roland Barthes menyempurnakan semiologi Saussure dengan mengembangkan sistem penandaan pada tingkat konotatif, yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat. Mitos dalam arti umum berbeda dengan pandangan Barthes. Konotasi yang sudah lama terbentuk di masyarakat itulah yang disebut mitos olehnya.

Ada beberapa ciri mitos menurut Roland Barthes yang dikutip oleh Nawiroh Vera dalam bukunya “*Semiotika dalam Riset Komunikasi*”, antara lain:

1. *Deformatif*

Barthes menerapkan unsur-unsur Saussure menjadi *form* (*signifier*), *concept* (*signified*). Ia menambahkan *signification* yang merupakan hasil dari kedua hubungan unsur tersebut. *Signification* inilah yang menjadi mitos, yang mendistorsi makna sehingga tidak lagi mengacu pada realita sebenarnya. Pada mitos, *form* dan *concept* harus dinyatakan. Mitos tidak disembunyikan; mitos berfungsi mendistorsi, bukan untuk menghilangkan. Dengan demikian *form* dikembangkan melalui konteks linear (pada bahasa) atau multidimensi (pada gambar).

Distorsi hanya mungkin terjadi apabila makna mitos sudah terkandung di dalam *form*.

2. *Intensional*

Mitos merupakan salah satu jenis wacana yang dinyatakan secara internasional. Mitos berakar dari konsep historis. Pembacalah yang harus menemukan mitos tersebut.

3. *Motivasi*

Bahasa bersifat arbiter, tetapi karbiteran itu mempunyai batas, misalnya melalui afiksasi, terbentuklah kata-kata turunan. Sebaliknya, makna mitos tidak arbiter, selalu ada motivasi dan analogi. Penafsir dapat menyeleksi motivasi idari beberapa kemungkinan motivasi. Mitos bermain atas analogi antara makna dan bentuk. Analogi ini bukan sesuatu yang alami,tetai bersifat historis (Vera, 2014: 29).

Barthes mengemukakan mitos adalah bahasa, maka mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan mitos adalah sebuah pesan. Mitos juga dapat dikatakan sebagai sebuah produk kelas sosial yang sudah lama beredar dan mendominasi. Mitos menurut Barthes adalah sebagai *type of speech* (gaya bicara) seseorang.

Sistem signifikasi dalam teori semiotika Rolland Barthes digambarkan seperti tabel berikut:

Tabel 1.2 Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Petanda)
3. <i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
4. <i>CONOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	5. <i>CONOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
6. <i>CONOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

(Sumber: Barthes dalam Sobur, 2004 : 69)

Dalam peta tanda Barthes ini, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Terlihat bahwa tanda denotatif terdiri atas penanda 1 dan petanda 2. Hanya saja, pada saat bersamaan tanda denotatif adalah juga penanda konotatif.

Tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan saja, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Yang kemudian makna denotatif merupakan sistem signifikasi pada tingkat pertama, sedangkan konotatif mejadi tingkatan kedua.

Roland Barthes secara khusus juga membahas semiotik dalam fotografi. Dalam pemikirannya tersebut, ada dua tingkatan dalam signifikasi karya fotografi, tingkatan pertama adalah denotasi, yaitu relasi antara penanda dengan petanda dalam sebuah tanda, serta tanda dengan acuan realitas eksternalnya. Tingkatan kedua, dalam pandangan Barthes ada tiga bentuk, yaitu konotasi, mitos dan simbol.

Makna denotatif dan konotatif dalam semiotika memiliki peranan penting dalam sebuah penafsiran tanda. Makna denotatif tersebut bersifat langsung atau khusus yang terdapat pada sebuah tanda. Denotatif lebih merujuk pada makna sebenarnya dari objek tersebut. Sedangkan konotatif lebih dalam lagi, yakni penafsiran tanda yang tersirat yang biasanya dikaitkan dengan lingkungan serta budaya dimana objek tersebut berada (Barthes 2010 : 55).

Ada enam prosedur yang di jelaskan Roland barthes dalam *The Photographic Message* yang berkemungkinan untuk mempengaruhi gambar sebagai *analogon*. Keenam langkah tersebut dapat dipandang sebagai kegiatan “menulis” karena pada hakikatnya lewat prosedur

tersebut seorang fotografer dapat menentukan berbagai unsur tanda, hubungan, dan lain-lain yang menjadi pertimbangan utama ketika orang membaca bahasa gambar tersebut. Pengetahuan ini penting untuk melihat perkembangan prosedur mempengaruhi gambar sebagai *analogon*.

Keenam prosedur ini dikategorikan menjadi dua, yaitu :

1. Rekayasa yang secara langsung dapat mempengaruhi realitas itu sendiri. Terdiri dari:
 - a. *Trick Effect*, merupakan intervensi “without warning in the plane of denotation” artinya memanipulasi gambar sampai tingkat yang berlebihan untuk menyampaikan maksud pembuat berita.
 - b. Pose, ialah gaya, posisi, ekspresi dan sikap objek foto. Dalam mengambil foto berita seseorang, seorang wartawan foto akan memilih objek yang sedang diambil.
 - c. Pemilihan Objek, objek ini ibarat perbendaharaan kata yang siap dimasukkan ke dalam sebuah kalimat. Objek ini merupakan Point of Interest (POI) pada sebuah gambar atau foto.
2. Rekayasa yang masuk dalam wilayah “estetis”, terdiri dari:
 - a. *Photogenia*, adalah teknik pemotretan dalam pengambilan gambar. Misalnya: *lighting* (pencahayaan), *exposure* (ketajaman foto), *bluring* (keburaman), *panning* (efek kecepatan), *moving* (efek gerak), *freeze* (efek beku), *angle* (sudut pandang pengambilan objek) dan sebagainya.

- b. *Aestheticism*, yaitu format gambar atau estetika komposisi gambar secara keseluruhan dan dapat menimbulkan makna konotasi.
- c. *Sintaksis*, yaitu rangkaian cerita dari isi foto atau gambar yang biasanya berada pada *caption* (keterangan foto) dalam foto berita dan dapat membatasi serta menimbulkan makna konotasi.

Terkait dengan fotogenia yang ada dalam tahapan pada konotatif foto oleh Roland Barthes, Husywanaris dalam skripsi yang dibuat oleh Reza Fitriyanto mahasiswa Universitas Pembangunan Negeri “Veteran” Yogyakarta, menjelaskan tabel fotogenia guna membantu menganalisis makna foto, yaitu :

Tabel 1.3 Tabel Fotogenia

Tanda		Makna Konotasi
Fotogenia	Tekhnik Fotografis	
Pemilihan lensa	Normal	Normalitas keseharian
	Lebar	Dramatis
	Tele	Tidak Personal, <i>voyeuristis</i>
<i>Shot size</i>	<i>Close up</i>	Intimate, dekat
	<i>Medium up</i>	Hubungan personal dengan subjek
	<i>Full shot</i>	Hubungan tidak personal

	<i>Long shot</i>	Menghubungkan subjek dengan konteks, tidak personal
Sudut Pandang	<i>High Angle</i>	Membuat subjek tampak tidak berdaya, didominasi, dikuasai, kurang otoritas
	<i>Eye level</i>	Khalayak tampil sejajar dengan subjek, memberi kesan sejajar, kesamaan, sederajat
	<i>Low angle</i>	Menambah kesan subjek berkuasa, mendominasi, dan memperlihatkan otoritas
Pencahayaan	<i>High key</i>	Kebahagiaan, cerah
	<i>Low key</i>	Suram, muram
	Datar	Keseharian, realistis
Fokus	<i>Selective Focusing</i>	Meminta perhatian pada unsur tertentu dalam foto
	<i>Depth Focusing</i>	Semua unsur dalam foto penting

Penempatan subjek/ objek pada bidang foto	Atas	Memberi kesan subjek berkuasa
	Tengah	Subjek penting
	Bawah	Subjek tidak penting
	Pinggir	Subjek tidak penting

(Sumber: Fitriyanto, 2013: 16)

Dilihat dari perkembangan teknik dan seni fotografi sekarang, prosedur konotatif ini sudah ketinggalan zaman, karena saat ini kita sudah memasuki masa “*post-photographic era*”. Keenam cara tersebut tentu bisa ditambahkan lagi bahkan tidak semua cara tersebut dominan dalam suatu foto berita. Meskipun demikian prinsip bahwa orang mempengaruhi foto lewat “prosedur konotatif” masih relevan, bahkan lebih relevan karena intervensinya semakin sulit dikenali lewat foto yang dihasilkan.

Semiologi atau semiotika visual pada hakekatnya merupakan suatu bidang studi semiotika yang secara khusus menaruh minat pada penyelidikan terhadap segala jenis pemaknaan suatu simbol yang disampaikan melalui indera penglihatan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal ini berlaku pada segala sesuatu yang tampak secara visual seperti gambar, lukisan dan karya fotografi tentunya.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian dalam penelitian ini terdiri dari empat bab, yaitu:

1. Bab I meliputi dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan yang terakhir adalah metode penelitian.

2. Bab II berisi tentang gambaran umum objek penelitian dan penelitian sebelumnya.
3. Bab III berisi analisis penulis yang diperoleh dari temuan data yang didapat oleh penulis.
4. Bab IV berisi tentang kesimpulan dari seluruh hasil penelitian yang diperlukan oleh penulis dan saran yang diberikan oleh penulis terhadap penelitian dan hasil penelitiannya.