**Analisis Model Komunikasi Dalam Foto Jurnalistik**

Derli Omega Sombu, Eko Harry Susanto

Fakultas Ilmu Komunikasi

 Universitas Tarumanagara, Jakarta

derli.sombu589@gmail.com, ekos@fikom.untar.ac.id.

***Abstract***

*Today's technological developments make access to information quicker and faster, with no space and time constraints. Mass Media is one of the channels for most people to know the latest information. The garbage Problema Bantargebang becomes a thing that never completes. Each media has its own model and way of addressing this problem, one of which is Tempo.co. The presence of photojournalism in the news becomes an appeal for audiences to read this news. A communication is considered effective if there is feedback in accordance with the intent of the communicator. The purpose of this research is to analyze the communication model in photojournalism used by Tempo.co related to Bantargebang garbage edition Friday, April 5, 2019 and Friday 6 September 2019 against audience feedback. This research is a qualitative study that uses the foundation of phenomenology theory. Researchers want to understand the communication model used from the news of Bantargebang Garbage by Tempo.co for the audience, feedback arising from the preaching, and whether there is awareness from the audience to reduce the use of plastic as a form of Response to the news. After conducting various research and interviews, researchers get a data and statements that are the answer to the problem. The results of this study were the differences in reactions arising from the different communication models used in the junalistic photos. Awareness in society to reduce the use of plastic waste.*

**Keyword**: *Photographs of Journalistic, Communications Model, Feedback, Tempo. Co.*

**Abstrak**

Perkembangan teknologi masa kini membuat akses terhadap informasi menjadi semakin cepat dan pesat, tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Media massa menjadi salah satu saluran bagi orang kebanyakan untuk mengetahui informasi terkini. Problema sampah Bantargebang menjadi hal yang tak kunjung selesai. Setiap media memiliki model dan cara tersendiri dalam menyampaikan permasalahan ini, salah satunya Tempo.co. Kehadiran foto jurnalistik dalam berita menjadi daya pikat bagi khalayak untuk membaca berita ini. Suatu komunikasi dianggap efektif bila ada umpan balik yang sesuai dengan maksud komunikatornya. Tujuan dari penelitian ini ialah menganalisa model komunikasi dalam foto jurnalistik yang digunakan oleh Tempo.co terkait pemberitaan sampah Bantargebang edisi Jumat 5 April 2019 dan Jumat 6 September 2019 terhadap *feedback* khalayak. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang memakai landasan teori fenomenologi. Peneliti ingin memahami model komunikasi yang digunakan dari pemberitaan sampah Bantargebang oleh Tempo.co bagi khalayak, *feedback* yang timbul dari pemberitaan itu, dan apakah ada kesadaran dari khalayak untuk mengurangi penggunan plastik sebagai bentuk dari respon terhadap berita tersebut. Setelah melakukan berbagai penelitian dan wawancara, peneliti mendapatkan sebuah data dan pernyataan yang menjadi jawaban atas permasalahan yang ada. Hasil penelitian ini ialah adanya perbedaan reaksi yang timbul dari akibat perbedaan model komunikasi yang digunakan dalam foto junalistik.Adanya kesadaran dalam masyarakat untuk mengurangi penggunaan sampah plastik.

**Kata Kunci:** Foto Jurnalistik, Model Komunikasi, *Feedback,* Tempo.co.

**Pendahuluan**

Kehidupan manusia tidak pernah luput dari komunikasi. Komunikasi sudah menjadi kebutuhan dasar bagi setiap orang untuk dapat bertukar pesan dan pikiran. “Komunikasi adalah peristiwa penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan) melalui tahapan proses, media atau alat sehingga menimbulkan efek atau pengaruh.” Tatang (2016), (p.27).

Perkembangan teknologi massa kini membuat akses terhadap informasi menjadi semakin cepat dan pesat. Media massa menjadi salah satu saluran bagi orang kebanyakan untuk mengetahui informasi terkini. Pemakaian foto jurnalistik dalam pemberitaan, membuat berita menjadi lebih menarik untuk dibaca.

 Sesuai dengan apa yang didefinisikan oleh Wijaya (2010:10) yang dimaksud “foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu, dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin. Definisi ini menjelaskan bahwa ada pesan tertentu yang terdapat dalam foto tersebut sehingga layak disiarkan kepada masyarakat.” (Gani, Rita dan Kusumalestari, Ratri Rizki, 2013, p.47).

Setiap berita membutuhkan foto dokumentasi sebagai bukti nyata dari peristiwa yang diberitakan. Penggunaan foto jurnalistik dalam berita dapat membantu pembaca atau masyarakat untuk turut merasakan kondisi yang terjadi dalam peristiwa tersebut, sehingga hal ini dapat menyentuh simpati dari pembaca untuk mengetahui proses terjadinya peristiwa tersebut. Foto jurnalistik sering digunakan oleh berbagai portal berita, baik cetak maupun *online*. Salah satunya Tempo.co.

Pada penelitian ini, peneliti meneliti tentang model komunikasi yang digunakan dalam foto jurnalistik yang ada pada Tempo.co seputar pemberitaan sampah Bantargebang edisi Jumat 5 April 2019 dan Jumat 6 September 2019. Pemberitaan sampah Bantargebang akhir-akhir ini cukup mendapat perhatian serius baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Adanya ketertarikan akan foto jurnalistik yang digunakan dalam pemberitaan tersebut, alasan inilah yang membuat penulis ingin membuat penelitian yang berjudul “Analisis Model komunikasi dalam Foto Jurnalistik” yang digunakan oleh Tempo.co terhadap kasus sampah Bantargebang.

**Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah perbedaan reaksi yang timbul akibat disimilaritas model komunikasi yang digunakan dalam foto jurnalistik; dominansi model komunikasi dalam foto jurnalistik terkait pemberitaan sampah; kesadaran masyarakat dalam mengurangi penggunaan sampah plastik.

Dengan demikian permasalahan yang akan dibahas adalah:

 Bagaimana model komunikasi dalam foto jurnalistik yang digunakan oleh Tempo.co terkait pemberitaan sampah Bantargebang edisi Jumat 5 April 2019 dan Jumat 6 September 2019 terhadap *feedback* khalayak?

**Tujuan dan Manfaat Penelitian**

**Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan reaksi yang timbul akibat disimilaritas model komunikasi yang digunakan dalam foto jurnalistik.

2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dominansi model komunikasi yang digunakan dalam foto jurnalistik terkait pemberitaan sampah.

1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesadaran masyarakat dalam mengurangi penggunaan sampah plastik.

**Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini maka dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang membutuhkan. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. **Manfaat Akademis**

Penelitian diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai komunikasi antarbudaya khususnya mengenai pola komunikasi intrapersonal antarbudaya. Penelitian juga bermanfaat bagi pembaca untuk menambah wawasan ataupun sumber terhadap penelitian lainnya di masa yang akan datang.

1. **Manfaat Praktis**

Penelitian ini hendaknya dapat bermanfaat sebagai anjuran bagi para pembaca untuk mengetahui bagaimana model komunikasi dalam foto jurnalistik.

Teori yang dipakai dalam riset ini ialah model komuniksi yang dikemukakan oleh Cangara H (2016) dalam bukunya pengantar ilmu komunikasi. Buku tersebut memperkenalkan tiga model komunikasi yaitu model analisis dasar komunikasi, model proses komunikasi, dan model komunikasi partisipasi. Selain itu penulis juga menggunakan teori junalistik karena penelitian ini berkaitan dengan pemberitaan di media. “Jurnalistik selalu dihubungkan dengan kegiatan pengumpulan, penulisan, penyuntingan dan penyampaian berita atau artikel opini dalam surat kabar atau majalah, siaran radio atau televisi terhadap khalayak”. Alo (2011), (p.898).

1. **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. “Menurut Strauss dan Corbin (1997), yang dimaksud dengan Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran)”. Sujarweni (2014), (p.19).

Penelitian ini bersifat deskriptif, menurut Sujarweni (2014) penelitian deskriptif ialah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya *independent* tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain. Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematik dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. (p.11).

Berdasarkan sejumlah pengertian yang tertera di atas, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dalam penelitian ini lantaran penulis memandang bahwa permasalahan yang akan diteliti dapat mendeskripsikan, menjelaskan dan menggambarkan model komunikasi dalam foto jurnalistik yang digunakan oleh Tempo.co terkait pemberitaan sampah Bantargebang edisi Jumat 5 April 2019 dan Jumat 6 September 2019 terhadap *feedback* khalayak.

Husserl mendefinisikan fenomenologi sebagai pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologikal, suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Istilah “fenomenologi” sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjukkan pada pengalaman subjektif dari berbagai jenis dan tipe subjek yang ditemui. Dalam yang lebih khusus, istilah ini mengacu pada penelitian terdisiplin tentang kesadaran dari perspektif pertama seseorang. “Moleong (2012), (p.14-15).

Dalam penelitian ini penulis memakai landasan teori fenomenologi karena memungkinkan peneliti untuk berusaha memahami arti dari peristiwa dan kaitan-kaitannya dengan orang-orang yang berada dalam situasi tersebut, maksudnya disini peneliti ingin memahami arti model komunikasi yang digunakan dari pemberitaan terkait sampah Bantargebang oleh Tempo.co bagi khalayak dan *feedback* apa yang timbul dari pemberitaan tersebut.

**Tehnik Pengolahan dan Analisis Data**

Menurut Emzir (2012: 85) Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang telah Anda kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman Anda sendiri mengenai materi-materi tersebut dan untuk memungkinkan Anda menyajikan apa yang sudah Anda temukan pada orang lain.

Model Analisa data penelitian kualitatif berdasarkan pendapat Miles dan Huberman (1992:15-16), dilakukan melalui proses sebagai berikut: 1). Reduksi data sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakkan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan di lapangan. 2). Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penciptaan dan penggunaan penyajian data tidaklah terpisah dari analisis. 3). Menarik kesimpulan / verifikasi merupakan kegiatan analisis yang ketiga, dari permulaan pengumpulan data seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi alur sebab akibat dan proposisi. Susanto (2018), (p.69).

**Hasil Penemuan dan Diskusi**

Setelah melakukan penelitan dan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber yang dipilih, penulis mendapatkan data dan pernyataan yang menjawab setiap rumusan masalah diatas. Menurut hasil wawancara dan riset, hal pertama yang di dapatkan ialah adanya perbedaan reaksi yang muncul akibat dari perbedaan model komunikasi yang digunakan dalam foto jurnaistik. Penulis menemukan bahwa tidak semua media memberikan ruang bagi pembacanya untuk mengaspirasikan pendapatnya terhapat pemberitaan tersebut. Tetapi berbeda dengan Tempo.co.

Media yang satu ini membuka ruang bagi setiap khalayak untuk menyampaikan pendapatnya melalui kolom komentar yang ada. Akan tetapi reaksi dari khalayk Tempo kebanyakan didasari oleh minat dan pro kontra pembaca terhadap informasi yang disampaikan. Dalam kasus Bantargebang ini ada perbedaan minat informasi yang ingin diketahui khalayak, sehingga ada beberapa orang yang memberi reespon terhadap berita tersebut dan ad juga yang tidak. Kedua, model komunikasi di Tempo.co ialah model komunikasi partisipasi. Komunikasi jenis ini bersifat dua arah.

Hal ini dibuktikan dengan tersedianya kolom komentar dalam setiap artikelnya. Ketiga, bersumber pada hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa adanya kesadaran yang muncul pada masyarakat, salah satunya pembaca Tempo.co. Namun saat melakukan penelitian di lapangan peneliti menemukan adanya kesamaan pendapat dari Nufus, Subekti dan Ijar Karim selaku Karyawan Tempo bahwa foto yang di gunakan dalam kedua artikel ini kurang efektif atau cocok. hal ini bisa dilihat dari ketidaksesuaian penggunaan foto utama dengan judul yang digunakan.

Pada foto edisi 6 November 2019 tidak ditemukan keselarasan antara judul dan foto begitu pula dengan edisi 5 April 2019, judul berita menceritakan keresahan warga karena uang belum cari namun pada foto, warga terlihat biasa-biasa saja makan diatas tumpukan sampah. Selain itu untuk jenis foto jurnalistik yang di gunakan dalam artikel ini ialah berita umum, di mana foto peristiwanya terjadwal, rutinn, dan biasa. Foto ini di kategorikan sebagai foto terkait yang berkedudukan sama dengan tulisan. Terakhir, bentuk dari kesadaran masyarakat atau pembaca Tempo.co untuk mengurangi penggunaan sampah plastik, kebanyakan dimulai dengan upaya menggunakan tumbler, tidak memakai sedotan, membawa *tote bag*, dan membuang sampah pada tempatnya

**Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitaan yang sudah dikerjakan peneliti tentang analisis model komunikasi dalam foto jurnalisik, berikut kesimpulan yang dibuat oleh penulis:

1. Terdapat perbedaan reaksi yang muncul untuk setiap jenis pemberitaan. Tanggapan yang diberikan oleh narasumber biasa dipengaruhi oleh minat atau ketertarikan pembaca terhadap topik yang dibahas, selain itu juga bisa dipengarui oleh pro atau kontranya individu tersebut isi berita.
2. Tempo.co ialah salah satu dari berbagai media yang sudah memberikan ruang bagi setiap pembacanya untuk menyampaikan aspirasi dan pendapatnya melalui kolom komentar. Model komunikasi yang digunakan oleh Tempo.co ialah model komunikasi partisipasi atau dua arah. Dominansi model foto jurnalistik terkait pemberitaan sampah bantar gebang yakni bersifat informatif. Foto yang digunakan masuk dalam kategori foto terkait atau penguat berita.
3. Masyarakat mulai memiliki kesadaran untuk mengurangi penggunaan sampah plastik. Hasil wawancara menunjukkan adanya kesadaran dari masing-masing individu untuk mengurangi penggunaan sampah plastik dan membuang sampah pada tempatnya. Hasil penelitian menyatakan seluruh pembaca Tempo.co melakukan tindakan penghematan plastik dengan mulai membawa tas, tumbler dan tidak menggunakan sedotan plastik

**Ucapan Terima Kasih**

Segala Puji dan Hormat penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas anugerah dan penyertaan-Nya sehingga penulis sanggup melaksanakan penelitian dan menyelesaikan penulisan jurnal ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan doa dan masukan dari berbagai rekan pada penulis yang menjadi kekuatan dan motivasi bagi penulis untuk menuntaskan jurnal ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung.

Peneliti berharap bahwa jurnal ini dapat menambah wawasan dan berguna bagi bebagai pihak. Di akhir kata penulis ucaapkan sekian dan terima kasih.

**Daftar Pustaka**

Alo liliweri. (2011). **Komunikasi Serba Ada Serba Makna**. Jakarta: Prenada Media Group.

Cangara, Hafied (2016). **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Emzir. 2012. **Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data**. Jakarta: Rajawali Pers

Gani, Rita dan Kusumalestari, Ratri Rizki, (2013). **Foto Jurnalistik Suatu Pengantar.** Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Moleong, Lexy J. (2012). **Metodologi Penelitian Kualitatif**. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sujarweni, V. Wiratna. (2014). **Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami**. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Susanto, Eko Harry. (2018). **Komunikasi Manusia: Teori dan Praktik Dalam Penyampaian Gagasan.** Jakarta: Mitra Wacana Media

Tatang (2016). **Dinamika Komunikasi**. Bandung: Pustaka Setia