

*PENGGUNAAN VISUAL RETORIKA OLEH FOTOGRAFER DALAM PROSES
PENYAMPAIAN PESAN MELALUI FOTO HUMAN INTEREST*

By: Rizki Kurnia Illahi

Email: rizkiftg@gmail.com

Counsellor: Nita Rimayanti, M.Comm

*Major of Communication Science – Management Of Communication
Faculty of Social Political Science
Campus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12.5 Simpang Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63272*

ABSTRACT

Human Interest Photos is a photo that tells about social criticism and is a photo that contains many social values in it. The phenomenon that occurs in this study shows how a photographer manages photo interest to create a message using symbols, colors, and components displayed in the photo frame.

This research uses qualitative method, with shortlist Visual Rhetorical analysis. Subjects focused on photographers as communicators in creating messages, Photography enthusiasts viewed from the use of subject / content,, perspective, and photography enthusiasts as audiences / contexts that explain how photographers use visual rhetoric to create messages on human interest photos. The research object used is Irving Lubis's human interest photo which is curated by www.fine-artportugal.com.

The results of this study show that Irving Lubis's human interest photo creates a different message in the view of every audience influenced by the audience's own perspective. Photo by Irving Lubis tells about the criticism of social values in society, government, and change the perception of audience.

Keywords : Uses of Visual Retorics, Human Interest, Photography analysis

PENDAHULUAN

Foto human interest berbeda dengan genre foto lainnya. Perbedaan ini terletak pada objek serta tehnik pengambilan foto. Dalam foto human interest fotografer akan melakukan research, berinteraksi langsung dengan objek yang akan di foto, hal ini bertujuan untuk membangun kedekatan emosional antara fotografer dengan objek foto. Foto human interest juga merupakan foto yang mengedepankan nilai-nilai sosial. Jika dibandingkan dengan foto bergenre lainnya foto *human interest* adalah foto yang mampu bercerita dengan sendirinya (Suh :141).

Pada umumnya foto human interest didokumentasikan oleh fotografer setelah memahami serta mengenal karakter objek dengan melakukan komunikasi antar pribadi secara langsung) Oleh karna hal mendasar inilah penulis memilih genre *human interest* sebagai foto yang menjadi objek penelitian.

Tidak semua golongan mampu menganalisa serta memahami makna serta pesan yang terdapat pada sebuah objek foto, karena foto merupakan sebuah media yang pesannya tersusun dari symbol-symbol, warna, komposisi dan hal-hal visual lainnya

Salah satu fotografer yang fokus kepada genre *human interest* adalah Irving lubis. Dia adalah kurator foto di salah satu website foto berbasis internasional yaitu fine-artportugal.com. Irving bertugas sebagai penyeleksi foto dari seluruh dunia yang di upload ke website tersebut lalu kemudian menyeleksi foto mana yang layak untuk di publikasikan di website tersebut. Foto karya Irving lubis juga pernah dimuat di surat kabar online *epoch times* yaitu sura kabar milik negeri Tiongkok . beliau juga menjuarai kontes foto yang baru-baru ini diadakan oleh dharma yuda yaitu salah satu sekolah yang ada di Riau dengan tema semangat pendidikan dan juga kompetisi

produk susu lokal tingkat nasional yaitu HI-lo dengan tema global warming.

Yang menarik dari irving lubis dalam menciptakan sebuah foto adalah, beliau akan melakukan interaksi secara pribadi terlebih dahulu dengan bercerita dengan objek foto lalu memahami karakter objek dan menentukan konsep seperti apa serta pesan apa yang akan disampaikan. Memiliki kedekatan emosional akan membuat fotografer dan objek menjadi lebih akrab, tidak semua objek foto mau untuk di potret oleh orang baru pada umumnya, namun dengan adanya pendekatan emosional ini objek akan lebih terbuka dan akan lebih mudah untuk menerima tawaran berfoto, terkadang fotografer terpaksa harus tinggal disebuah pedesaan tersebut demi menciptakan kedekatan emosional. Berbeda dengan kebanyakan fotografer Human interest lainnya, irving lebih mengutamakan estetika dan etika dalam sebuah foto, beliau tidak pernah mau untuk menciptakan sebuah foto yang kemudian akan menjatuhkan nama baik objek Irving lubis menjelaskan bahwa foto *human interest* adalah foto yang mengandung unsur positif dalam segi pendidikan, sosial, ekonomi maupun politik. Namun foto haruslah menjunjung tinggi estetika tanpa adanya eksploitasi terhadap manusia yang menjadi objek utama dari *human interest* itu sendiri.

Untuk memperoleh pesan yang ada dalam foto human interest karya irving lubis penulis menggunakan pendekatan fotografi dengan landasan teori retorika visual. retorika visual adalah bagaimana atau mengapa sebuah gambar visual mempunyai arti atau makna. Makna ini merupakan sebuah pesan yang ingin disampaikan oleh creator melalui media foto. Retorika visual tidak hanya tentang desain atau gambar, tetapi juga mengenai budaya dan makna yang tercermin di dalam karya visual tersebut. Secara teoritis retorika visual adalah gambar yang dihasilkan oleh rethor atau

creator media visual dengan menggunakan symbol-simbol visual untuk tujuan berkomunikasi. Retorika visual juga merupakan penerapan prespektif ilmu yang terfokus pada proses simbolis gambar dalam melakukan komunikasi. Pada tahun 1970 gambar visual dimasukkan ke dalam studi retorika melalui pertemuan Konferensi Nasional Retorika yang diselenggarakan oleh *Speech Communication Assosiation*. (Sloan dalam Foss,2004 :141).

Retorika visual merupakan produk dari tindakan kreatif. Tidak semua objek visual merupakan kajian retorika visual terdapat tiga karakteristik dari retorika visual yaitu gambar harus simbolik,melibatkan intervensi manusia,dan disajikan kepada audience untuk tujuan berkomunikasi dengan audience tersebut. Meskipun feedback secara langsung tidak terlihat namun secara tidak langsung feedback dapat berupa pemahaman,pandangan,serta tindakan yang mempengaruhi cara berfikir serta mempersuasi audience. Dewasa ini foto menjadi salah satu media penyampaian pesan kepada para audien baik secara personal, maupun sebagai media komunikasi massal.Berbeda dengan pesan verbal, komunikasi visual melalui media foto ini tidak dapat langsung dipahami maknanya. Untuk memahami sebuah karya visual audience atau komunikan terlebih dahulu harus menggabungkan unsur-unsur yang ada dalam sebuah frame media visual , unsur-unsur itu berupa simbol, komposisi, warna ,pencahayaan. Komponen-komponen tersebut disatukan sehingga menciptakan sebuah presepsi. Presepsi yang didapat oleh audien dari penggabungan komposisi inilah yang menjadi pesan dalam sebuah karya visual.

Dalam proses pembuatan karya dua dimensi ini,seorang kreator atau fotografer akan membuat konsep mulai dari menentukan elemen-elemen apa saja yang

digunakan dalam komposisi sebuah foto,symbol-simbol yang dimunculkan , serta objek apa yang akan di dibingkai kedalam sebuah frame. Gabungan unsur-unsur serta simbol-simbol yang ada difoto inilah yang akan berubah menjadi suatu komposisi foto dan menciptakan sebuah pesan. Pemaknaan melalui symbol-simbol yang direncanakan akan bisa menciptakan sebuah pesan yang baru, tidak semua pesan baru terkadang beberapa fotografer juga menciptakan foto yang memiliki banyak makna, atau membuat beberapa pesan yang berbeda dari sebuah foto. Seperti ketika proses demo yang dilakukan oleh mahasiswa dikantor pemerintahan. fotografer menambahkan tulisan di keranjang sampah yang tulisannya demo harus bersih, kemudian fotografer memotret dimana dengan komposisi objek utama seorang ibu-ibu yang memasukan sampah kedalam tong sampah yang ada tulisan demo harus bersih, kemudian latar belakangnya adalah mahasiswa yang berorasi. Dari komposisi foto yang sedemikian rupa serta mengaitkan simbol-simbol yang ada terciptalah makna ketika berunjuk rasa atau berdemo hendaklah membersihkan sisa sampah kembali , atau dengan presepsi kedua bahwa demo itu harus bersih dan tidak melanggar aturan. Sebuah foto dapat berbeda maknanya jika dipandang dari sudut yang berbeda. Simbol-simbol serta unsur-unsur yang menciptakan makna inilah yang menjadi kajian dari retorika visual, terdapat dua prespektif utama dalam kajian retorika visual yaitu penelitian tentang proses pembuatan informasi dan tentang pemaknaan sebuah unsur-unsur serta symbol-simbol.

Tidak semua golongan mampu menganalisa serta memahami makna serta pesan yang terdapat pada sebuah objek foto, karena foto merupakan sebuah media yang pesannya tersusun dari symbol-simbol,warna, komposisi dan hal-hal visual

lainnya. Penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif karena penelitian ini menjelaskan permasalahan dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya melalui penggambaran secara rinci dan detil. Penelitian ini berfokus kepada deskripsi dari retorika visual fotografer dalam proses pembuatan pesan melalui foto *human interest*. Yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah Irving Lubis sebagai creator foto dan beberapa fotografer yang tergabung dalam komunitas fotografi. Penelitian ini berfokus kepada deskripsi dari retorika visual fotografer dalam proses pembuatan pesan melalui foto *human interest*.

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Retorika Visual

Dalam *Rhetorical Visions: Reading and Writing in a Visual Culture*, Wendy Hesford dan Brenda Jo Brueggemann, mengungkapkan jika analisis fotografi melibatkan gambar dalam hal subyek/konten, audien/konteks, dan perspektif. Semua dari elemen itu disebut segitiga retorik. Penjabaran segitiga retorik adalah sebagai berikut:

Subjek/konten :

Sebuah gambar visual dipandang dari komponen apa saja yang bisa membangun pesan di dalamnya. Subjek/konten meliputi : Subjek gambar, penampilan dan sudut pandang personal fotografer.

Subjek gambar adalah subjek utama yang dimunculkan oleh fotografer dalam sebuah foto. Subjek ini dapat berupa manusia, hewan, benda, ataupun berbagai hal lainnya. Penampilan adalah bagaimana cara fotografer dalam menampilkan foto secara keseluruhan, bagaimana pemilihan komponen yang akan ditampilkan untuk menciptakan pesan pada foto tersebut. Sedangkan sudut pandang adalah bagaimana

cara pandang fotografer secara personal dalam menangkap momen yang akan dia masukan kedalam foto, atau bagaimana fotografer merasakan, menanggapi momen yang akan dia buat kedalam sebuah pesan ataupun yang terlihat di depan matanya. Komponen gambar, pengaturan warna dan *point of interest*.

Komponen gambar merupakan subjek-subjek pendukung subjek utama dalam menciptakan pesan pada sebuah foto, subjek-subjek pendukung ini dapat berupa background, ataupun benda yang ada disekitar subjek utama baik itu benda hidup ataupun benda mati. Tidak hanya benda yang ada dalam frame yang menjadi komponen pendukung subjek utama, caption atau judul foto juga menjadi komponen pendukung subjek utama dalam menciptakan pesan. Pengaturan warna yang diciptakan oleh fotografer pada sebuah foto memberi efek emosional pada sebuah foto, seperti pada umumnya setiap warna mempunyai makna, kesan dan pesan tersendiri didalamnya, warna hitam yang menggambarkan keterbatasan, kesulitan, atau malam, memberi dukungan tambahan terhadap subjek utama yang dimunculkan fotografer untuk menciptakan sebuah pesan. "Warna merupakan hal yang dapat mempengaruhi emosi, mood serta pandangan seseorang karena warna mampu menciptakan stereotip sendiri dengan unsur yang dia punya" (Dameria. 2007 : 29-50).

Point of Interest dalam dunia fotografi dapat diartikan fokus atau titik utama dalam sebuah foto. Titik tersebut merupakan titik penempatan subjek utama oleh fotografer dalam foto, secara garis besar *point of interest* adalah objek utama yang akan menjadi pandangan audience ketika melihat foto..

Jenis-jenis elemen naratif apa yang diceritakan, kronologi sebelum atau sesudah gambar. Bagian ini adalah bagian yang membahas bagaimana ide fotografer bisa

muncul sebelum membuat sebuah foto atau bagaimana efek setelah foto ini diciptakan, bagian ini juga berisi cerita apa saja yang ada dalam foto tersebut baik sebelum foto dibuat atau setelah foto tersebut selesai dipamerkan.

Audien/konteks

Pada tahap *audience/context*, sebuah foto dibuat dengan memperhitungkan pesan pada foto dapat atau tidak terbaca oleh audien. Dalam hal ini latar belakang fotografer yang meliputi sejarah dan budaya yang melekat pada dirinya juga mempengaruhi pesan yang akan disampaikan melalui sebuah foto. Dari konteks sejarah dan budaya mana gambar tersebut muncul

Setiap foto yang ditampilkan oleh fotografer dalam sebuah frame harus memiliki unsur budaya sejarah atau budaya. Budaya yang dimaksud bukanlah budaya tentang kebiasaan daerah melainkan budaya yang sudah menjadi kebudayaan secara umum pada suatu daerah atau pandangan yang sudah terjadi secara global, baik itu budaya negatif maupun hal positif, budaya disini adalah hal yang mendorong fotografer untuk menciptakan pandangan ataupun merubah pandangan yang ada dalam masyarakat.

Konteks sejarah dan budaya dimana gambar terbaca oleh audien. Pada bagian ini adalah bagaimana fotografer mengelola sebuah foto agar budaya yang ditangkap oleh fotografer melalui kamera dapat terbaca oleh audien setelah foto tersebut dibuat. Pesan gambar itu sendiri, bagaimana budaya tersebut membentuk topic atau tema yang ingin disajikan. Yaitu kebudayaan yang telah dibuat fotografer pada foto yang menciptakan tema secara keseluruhan serta apa kesimpulan pesan yang ada pada foto tersebut.

Prespektif

Sudut pandang fotografer dari sudut kamera. Sudut pandang disini adalah bagaimana cara fotografer mengkomposisikan pengaturan pada kamera, dalam dunia fotografi setingan kamera tepat dapat memberikan foto sesuai dengan pesan yang akan disampaikan kepada audien oleh fotografer. Pengkomposisian kamera dimulai dari pengaturan kecepatan rana atau *Shutter Speed*, Aperture atau bukan jendela kamera, ISO yaitu tingkat kesensitifan sensor kamera dalam menangkap cahaya yang masuk ketika shutter kamera ditekan. Gabungan dari *ISO*, *Aperture* dan *Shutter Speed* ini juga dikenal dengan sebutan *Triangle Photography*

1. Frame dan bentuk subjek

Frame yang dimaksudkan adalah penempatan posisi objek utama dalam sebuah foto. Secara sederhana frame dapat diartikan sebagai teknik penempatan objek pada foto untuk menciptakan keseimbangan pada sebuah foto atau pun untuk menciptakan kestabilan pada sebuah karya foto. Dalam dunia fotografi ada beberapa teknik dasar dalam melakukan penempatan objek ini, antara lain yaitu *rule of third*, yang merupakan membagi sebuah foto menggunakan tiga garis lurus horizontal dan vertikal, selanjutnya ada juga beberapa foto yang menggunakan teknik *golden ratio*. Sedangkan bentuk subjek adalah bagaimana seorang fotografer menampilkan ekspresi, kondisi, keadaan dari objek utama untuk menciptakan pesan pada foto tersebut.

Penggunaan kamera untuk menciptakan ilusi keintiman, atau rasa jarak. Penempatan posisi kamera juga mempengaruhi pesan dalam sebuah foto, posisi kamera tentu saja akan menciptakan dari sudut mana audien akan melihat foto tersebut, penempatan kamera dengan posisi lebih rendah dari subjek utama tentu akan menciptakan kesan kecil serta lemah pada foto, penempatan kamera yang sejajar

dengan subjek utama juga akan menimbulkan kesan seperti melihat langsung subjek utama berada didepan mata kita. Posisi kamera yang berbeda-beda dari setiap foto juga akan menciptakan rasa atau menciptakan persepsi yang berbeda-beda terhadap mata audien.

1.2. Fotografi

a) Dalam kamus komunikasi, foto (photograph) berarti gambar orang atau benda sebagai hasil pemotretan dengan kamera foto (Effendy, 1989, hlm.272). Ilmunya sendiri disebut fotografi (photography), yaitu proses atau seni menciptakan dari suatu obyek dengan merekayasa sinar - sinar. Sedangkan orang yang melakukan kegiatan fotografi dikenal dengan sebutan juru potret, atau dalam bahasa Inggris biasa disebut photographer, yakni orang yang mempunyai keahlian dalam merekam gambar suatu obyek dengan kamera foto. Dalam kaitannya dengan ilmu komunikasi, foto adalah sebagai pesan (message) yang disampaikan dalam bentuk gambar yang dicetak di atas kertas foto. Dalam komunikasi massa pesan terdiridari dua aspek, yakni isi pesan (the content of message) dan lambang (symbol) untuk mengekspresikannya. Lambang yang disampaikanpun beranekaragam macamnya. Lambang utama pada radio adalah bahas lisan, pada surat kabar adalah tulisan, gambar (karikatur, foto), sedangkan pada film dan televisi adalah gambar hidup. Fotografi secara keseluruhan bukan hanya mengandalkan kehadiran cahaya saja, melainkan gabungan beberapa ilmu alam, ilmu kimia, mekanika, elektronik dan seni. Sangat erat hubungannya dengan informasi dan dokumentasi, karena itu tidak berlebihan bila

fotografi menjadi salah satu studi komunikasi. (Sunarjo, 1995, hlm.236). Dalam sebuah foto terdapat berbagai macam tujuan dalam pembuatannya. Teori tentang tujuan fotografi digunakan peneliti sebagai acuan dalam subyek penelitian ini yang menghasilkan karya fotografi. Setiap fotografer memiliki tujuan dan ranah yang spesifik. Beberapa tujuan dari fotografi adalah sebagai berikut: (Feininger, 1969, hlm).

6). *Information*

Fotografi dokumenter dalam majalah, surat kabar, dan foto untuk pendidikan adalah yang utama dalam kategori ini. Tujuan memberi informasi dan mengedukasi masyarakat atau untuk mempermudah mereka dalam mengambil keputusan.

b) *Slanted Information*

Kategori ini antara lain fotografi komersial, fotografi iklan, dan propaganda politik (kampanye). Tujuan utamanya adalah penjualan dari sebuah produk, pelayanan, dan ide.

c) *Discovery*

Ranah ini bertujuan untuk dapat membuka eksplorasi dalam sebuah penelitian. Eksplorasi dari berbagai macam bidang untuk membantu ilmu dalam sebuah penelitian. Dokumentasi discovery dapat sering dikaitkan dengan penelitian dan pengembangan sebuah peristiwa dan kebudayaan.

d) *Recording*

Fotografi bertujuan untuk mendokumentasikan berbagai macam kegiatan atau peristiwa karena mudah untuk diakses, disimpan dan murah. Fotografi bertujuan menyimpan sejarah, baik berskala besar maupun yang berskala kecil seperti pendokumentasian kehidupan pribadi.

e) *Entertainment*

Fotografi juga digunakan sebagai media hiburan. Motion Picture adalah pengembangan fotografi sebagai entertainment yang lebih sering kita kenal sebagai gambar bergerak atau video. Gambar dalam majalah travelling adalah media hiburan yang mengajak viewer untuk melakukan liburan atau perjalanan.

1.3.Psikologi Warna

1. Hijau

Warna hijau adalah warna yang langsung mengasosiasikan akan pemandangan alam. Hijau muda yang cerah mengandung banyak kuning akan berkesan segar, ringan, dan menyenangkan. Sedangkan hijau tua yang mengandung banyak biru berkesan sejuk cencerung dingin. Hijau tua ini juga identik dengan keberuntungan dan kesejahteraan. Makna positif: sensitive, stabil, forma, toleran, harmonis, keberuntungan, alami, sehat, menyegarkan. Makna negative: pahit, Agresi, tidak berpengalaman, cemburu, kemalangan, kedinginan, sakit, ketamakan, penyakit, rasa benci, racun, cemburu.

2. Kuning

Kuning warna yang identik dengan kemegahan dan teriknya matahari. Warna ini merupakan sebuah warna yang cocok dipakai untuk penjualan atau dalam pameran karena lebih menarik mata dibandingkan dengan warna lain. Makna positif: segar, cepat, jujur, adil, tajam, cerdas, terang, kehangatan. Makna negative: sinis, kritis, murah/tidak eksklusif.

3. Hitam

Hitam dapat menggambarkan keheningan, kematangan berpikir dan kedalaman akal yang menghasilkan karya, terutama karya-karya yang bernilai seni. Bagi para penggemar mode, warna hitam adalah

warna yang abadi, selalu terlihat moderen dan gaya. Makna positif: kuat, kreativitas, magis, idealis, focus, keabadian, keanggunan, elegan. Makna negative: terlalu kuat, superior, merusak, menekan. 5)

4. Ungu

Ungu adalah warna yang mewah dan kompleks, lebih disukai oleh tipe yang sangat kreatif dan eksentrik. Ungu merupakan warna yang unik karena karakternya berubah-ubah begitu drastis tergantung intensitas yang dimilikinya. Warna ungu tua dengan intensitas penuh berkarakter misterius, mistis, dalam dan angkuh. Sebaliknya warna ungu muda pastel justru memiliki karakter yang lembut, ringan dan menyenangkan. Makna positif: artistik, personal, mistis, spiritual, agung, keindahan. Makna negative: angkuh, sombong, diktaktor.

5. Orange

Orange merupakan warna yang hangat karena memiliki energi dua warna:

Merah yang panas dan kuning yang hangat lembut. Warna ini menebarkan energi, menghangatkan hati, sekaligus memancarkan keceriaan. Dari sisi psikologi, orange merupakan lambang persahabatan, warna ini dapat memecahkan kekakuan dan menciptakan rasa akrab. Makna positif: muda, kreatif, keakraban, dinamis, persahabatan, optimis. Makna negative: dominant, arogan

6. Merah

Merah banyak digunakan sebagai lambang keberanian, kekuatan, sensualitas dan bahaya. Merah sangat ekspresif dan dinamis dalam merepresentasikan cinta dan kehidupan. Makna positif: hidup, cerah, pemimpin, gairah, kuat, penuh energi. Makna negative: panas, bahaya, emosi yang meledak, agresif, brutal.

7. Netral

Warna -warna netral dilihat sebagai warna “aman” dan sopan. Warna ini tidak akan membuat sebuah produk terlihat kuna karena warna ini selalu trendy. Ada beberapa warna yang dapat dikategorikan sebagai warna netral: abu-abu, krem, beigi (cokelat keabu-abuan), cokelat, hitam dan putih.

8. Putih

Putih adalah warna yang melambangkan kesucian. Secara psikologis, putih melambangkan kejujuran, ketulusan dan keikhlasan. Warna ini juga mengasosiasikan terhadap rasa bersih atau higienis dan klinis. Makna positif: jujur, bersih, polos, higienis, murni. Makna negative: monoton, kaku. (Dameria. 2007: 29-50).

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Bogdan dan Taylor (dalam Moeleong, 2007:4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini berfokus pada deskripsi dari retorika visual fotografer dalam proses pembuatan pesan melalui foto *human interest*. Menurut Wendy Hesford dan Brenda Jobrueggemann analisis fotografi melibatkan gambar dalam hal bentuk, isi, perspektif, audien dan konten, semua bagian dari unsur ini disebut dengan segitiga retorik. Segitiga retorik digunakan peneliti sebagai panduan untuk mengemukakan visual retorika pada objek berupa foto human interest. Metode penelitian kualitatif ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, baik itu menyangkut tata cara, situasi, hubungan,

sikap perilaku, cara pandang dan pengaruh-pengaruh dalam suatu kelompok masyarakat (Restu, 2010:84). Menurut Jane Richie, ada beberapa keuntungan dalam penggunaan metode kualitatif. Keuntungan tersebut dapat dirasakan melihat realitas sosial, dan persepektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, tentang manusia yang diteliti (Moleong, 2005:6).

Penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memahami permasalahan secara keseluruhan. Dalam hal ini, peneliti berusaha mendeskripsikan fakta-fakta yang sesungguhnya tentang bagaimana proses fotografer dalam menciptakan pesan melalui foto human interest.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Subjek/Konten yang Terkandung didalam Foto *Human Interest* yang Dibuat Oleh Fotografer.

Setelah mendalami, menganalisa foto *human interest* karya Irving Lubis, peneliti mendapatkan beberapa Informasi yang membantu dalam penelitian skripsi ini. Membahas mengenai penggunaan subjek./konten yang terkandung dalam foto *human interest* yang dibuat oleh fotografer Irving Lubis. Secara keseluruhan Irving menggunakan anak-anak sebagai subjek utama pada semua foto hasil karyanya. Anak-anak digunakan Irving sebagai subjek utama dengan tujuan meminimalisir anggapan audien bahwa foto karyanya adalah foto yang terkonsep. Anak-anak mampu memberikan ekspresi yang natural dan jujur, sehingga audien dapat beranggapan bahwa foto karya Irving adalah foto yang diambil secara diam-diam tanpa sepengetahuan subjek utama. Apabila audien sudah beranggapan bahwa foto tersebut adalah foto yang terkonsep pesan akan kritikan-kritikan yang ada didalam foto akan sangat sulit diterima oleh audien, Karna bisa

saja audien beranggapan bahwa kejadian yang ada dalam foto bukanlah fakta yang ada dilapangan.

Foto-foto *human interest* karya Irving semuanya menggunakan cahaya yang minim atau dalam dunia fotografi dikenal dengan istilah *low key*. Penggunaan *low key* bertujuan untuk menciptakan warna yang suram pada foto. Namun berdasarkan pengamatan serta analisis peneliti pencahayaan pada foto karya Irving Lubis dipengaruhi oleh latar belakangnya yang sempat tinggal di sebuah desa yang jauh dari sentuhan tangan modernisasi Keterbatasan sarana, akses jalan, teknologi divisualisasikan oleh Irving melalui pencahayaan *Low key* pada foto-foto karyanya. Dari sudut pandang personal Irving berusaha menceritakan pengalaman-pengalaman serta kejadian-kejadian di lokasi dia tinggal yaitu di Desa Buluh Cina. Sudut pandang yang berusaha ditanamkan pada setiap foto Irving berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya. Pada foto caption Sudut pandang Irving yang berusaha ditanamkan keaudien adalah rasa tolong menolong yang dilakukan oleh dua orang anak sekolah dasar, meski dalam keterbatasan akses mereka tetap semangat untuk berangkat ke sekolah. Pada foto berharap sudut pandang yang berusaha disampaikan Irving kepada audien adalah pengalamannya mengenai pemerintah yang selalu terlambat dalam memberikan bantuan kepada korban banjir, hal ini terlihat dari penggunaan judul foto berharap serta ekspresi subjek utama yang melamun seperti sedang menunggu sesuatu. Sedangkan pada foto yang berjudul *Heal the World* Irving berusaha menanamkan sudut pandang mengenai pentingnya menanam pohon untuk mencegah *global warming*. Hal ini terlihat dari warna foto yang sangat panas seperti terbakar ditambah dengan pergerakan subjek utama yang sedang menyirami bibit pohon.

Seperti foto lainnya foto *human Interest* karya Irving Lubis terdiri dari beberapa kompoenen penyusun yang digunakan untuk membantu fotografer menciptakan pesan didalam foto. Dalam tiga foto yang menjadi unit analisis pada penelitian ini. Peneliti menemukan beberapa komponen-komponen pendukung yang digunakan Irving dalam penggunaan retorika visual didalam foto karyanya.

Pada foto berjudul Caption Irving menggunakan Subjek utama sebagai komponen yang ditonjolkan pada foto. Foto ini menggunakan anak sekolah dasar sebagai subjek utama, audien dapat mengaetahui hal itu dari seragam yang digunakan oleh subjek utama yang menunjukkan peran komunikasi dalam simbol. Komponen selanjutnya yang berperan menyampaikan pesan pada foto ini adalah pepohonan serta daun yang berperan sebagai informasi kepada audien mengenai lokasi dimana momen foto tersebut dibuat oleh fotografer. Penggunaan hutan ini juga bertujuan untuk menciptakan pewarnaan pada foto, komponen hutan akan memberikan temperature yang sejuk pada foto. Hutan yang didominasi warna hijau akan mewakili suasana teduh yang ada dilokasi pemotretan kepada audien yang melihat foto tersebut. komponen selanjutnya adalah sebuah kayu tumbang yang dijadikan subjek utama sebagai tempat pijakan mereka berjalan. Kayu tumbang ini memberikan Informasi kepada audien mengenai akses jalan yang tidak ada didalam hutan atau pemahaman mengenai lokasi bermain anak sekolah. Komponen selanjutnya adalah judul foto. Foto dengan judul Caption ini memiliki arti untuk membebaskan audien berpendapat terhadap cerita yang ada didalam foto. Hal ini digunakan oleh Irving dengan tujuan memperluas makna yang ada pada foto. Setiap orang bisa saja memahami Foto ini dengan cara yang berbeda. Dalam seni dua dimensi, setiap komponen yang dimunculkan fotografer dapat memiliki

beberapa arti yang berbeda tergantung dari siapa yang mengamati foto tersebut. komponen-komponen pada foto Caption ini akan mengerucutkan pesan dalam foto mengenai ada dua orang anak yang sedang bermain di hutan atau ada dua orang anak yang sedang berjalan ke sekolah mereka saling tolong menolong dalam perjalanannya. Elemen naratif yang terjadi sebelum foto ini dibuat adalah ketika fotografer melihat dua orang anak yang sangat bersemangat menuju sekolah. Meski ditengah keterbatasan akses mereka tetap bahu membahu untuk sampai ke sekolah.

Berikutnya adalah komponen-komponen yang ada dalam foto. Foto berharap menggunakan anak kecil yang menunggu pada tangga rumah panggung. Anak kecil yang digunakan Irving sebagai subjek utama, ditambah dengan komponen dari judul foto yang digunakan Irving akan menginformasikan kepada audien hal yang dialami oleh subjek utama. Air yang tergenang yang sudah hampir menutupi tangga akan mengerucutkan Informasi kepada audien mengenai ada anak yang berharap akan sesuatu hal. Bisa saja berharap agar banjir akan surut atau berharap akan ada bantuan yang akan datang. Komponen pendukung lainnya adalah rumah panggung yang memiliki tangga akan memberikan informasi kepada audien bahwa rumah tersebut berada di pinggiran sungai, seperti yang kita ketahui sebagian besar rumah yang berada di pinggiran sungai di Indonesia adalah rumah panggung. Yaitu rumah yang ditinggikan dan memiliki anak tangga pada pintu rumahnya. Foto berharap menggunakan warna abu-abu sebagai warna yang dominan muncul didalam warna selanjutnya yang ada didalam foto ini adalah warna coklat. Dalam psikologi warna abu-abu memiliki makna empati dan keprihatinan, seperti kebanyakan foto dengan *genre* jurnalistik yang menggunakan warna *monocromatik* yang merupakan

penggabungan dari warna hitam dan putih yang kemudian menghasilkan warna abu-abu secara keseluruhan pada foto, warna ini digunakan pada *genre* Jurnalistik dengan tujuan memunculkan rasa empati secara psikologi kepada audien yang melihat foto. Elemen naratif yang diceritakan dalam foto berharap ini adalah keadaan seorang anak yang menunggu bantuan pemerintah datang. Ketika banjir terjadi Irving belum merasakan adanya bantuan datang pemerintah, cerita inilah yang memicu Irving untuk menciptakan foto ini. Foto berharap karya Irving ini menggunakan warna abu-abu untuk pewarnaannya. Warna coklat adalah perwakilan dari ungkapan akan kesederhanaan, warna coklat pada foto ini dihasilkan dari warna kulit subjek utama dan dari air banjir yang menggenangi rumah tersebut. Warna coklat secara garis besar digunakan Irving untuk memakili kesederhaan atau dapat diartikan menunjukkan kondisi rakyat kecil yang berada di pinggiran Sungai Kampar.

Foto *human interest* yang menjadi unit analisis dalam penelitian selanjutnya adalah foto *Heal The World*.. Komponen-komponen yang digunakan dalam foto ini antara lain adalah matahari yang berukuran besar. matahari yang berukuran besar dimunculkan oleh Irving dalam foto tersebut berfungsi untuk memberikan rasa terbakar pada foto tersebut, sebagai bentuk dari pemanasan global, komponen pendukung selanjutnya adalah awan yang berada dibelakang subjek utama. Fungsi awan dalam foto ini adalah untuk menceritakan kepada audien bahwa foto tersebut berada pada sebuah tempat yang tinggi atau pada sebuah bukit atau gunung, karena pada foto tersebut awan berada sejajar dengan subjek utama. Selanjutnya adalah tanah tempat objek utama berpijak, di tanah tersebut hanya ada rumput-rumput kering, dan sebuah pohon yang tengah disiram oleh Subjek utama. Tanah yang kosong di

gunakan untuk menciptakan kesan gersang pada foto tersebut

Foto ini menggunakan warna orange sebagai warna yang dominan didalam foto. Warna ini dipilih untuk memberikan rasa panas akibat pemanasan global pada foto tersebut. elemen naratif pada foto ini dibuat berdasarkan pengalaman Irving yang melihat bumi semakin panas, akibat *global warming* yang semakin meningkat. Hal ini lah yang berusaha diceritakan Irving melalui foto ini kepada audien dengan harapan audien mampu lebih peduli terhadap lingkungan.

Berikutnya adalah bagian Point of interest, point interest dalam dunia dua dimensi adalah poin yang menarik yang muncul dalam sebuah gambar. Secara keseluruhan Irving menggunakan subjek utama sebagai point of interest dari foto-foto hasil karyanya. Hal ini dikarenakan subjek utama yang dipilih oleh Irving adalah komponen yang paling menarik didalam foto. Dari keseluruhan point of interest dari foto-foto Irving yang penulis amati Irving menggunakan manusia sebagai point of interest dari foto-foto karyanya. Pemilihan manusia menjadi point of interest dikarenakan genre foto karya Irving adalah human interest yang memang selalu merekam kegiatan manusia, sehingga tidak heran jika point of interest dalam foto-foto Irving ini menggunakan manusia sebagai point yang menarik dari foto-foto tersebut. Selain itu Irving juga menyatakan bahwa manusia adalah makhluk yang paling kompleks yang dilahirkan lengkap dengan keunikannya masing-masing. Setiap manusia memiliki ciri khas masing-masing yang berbeda satu sama lainnya. Sehingga manusia layak dijadikan *Point of Interest* dari foto-foto hasil karyanya.

2. Audien/Konten yang Terdapat dalam Foto Human Interest yang dibuat Oleh Fotografer.

Sisi dari segitiga retorika visual selanjutnya adalah audien/konten. Bagian ini membahas bagaimana segmentasi serta pengelolaan foto yang dilakukan oleh fotografer agar pesan foto dapat ditangkap oleh audien. Budaya-budaya yang muncul pada foto-foto Irving didasarkan budaya-budaya yang sudah sangat terjadi dimasyarakat. Budaya yang mendorong terciptanya foto caption karya Irving Lubisi adalah budaya atau sejarah mengenai pemerintahan Indonesia yang membelum melakukan pemerataan pembangunan. Seperti di lokasi foto *Caption* ini untuk berangkat kesolah saja anak-anak harus melewati hutan. Budaya mengenai pemahaman minoritas masyarakat Indonesia yang beranggapan bahwa pendidikan itu tidak penting berusaha di kritik oleh Irving melalui foto *Caption* ini. Melalui ekspresi subjek utama yang saling tolong menolong dan penuh semangat menuju kesekolah meski dihalangi oleh berbagai keterbatasan, Irving berusaha mematahkan argument masyarakat yang menyatakan bahwa masih ada anak-anak yang semangat untuk bersekolah. Budaya ini lah yang mendorong Irving untuk menciptakan foto *Caption* ini. Dalam foto ini fotografer tidak berusaha memaksakan pemahaman mengenai budaya yang ada didalam foto tersebut kepada audien, Judul foto *Caption* yang sama saja dengan tidak memiliki judul menunjukan bahwa Irving membebaskan audien berpendapat tentang foto tersebut. Meskipun demikian audien budaya yang terbaca oleh audien pada foto ini adalah adanya budaya tolong menolong yang ditampilkan dari pembekuan gerak foto subjek utama yang saling membantu dengan mengulurkan tangan. Dalam keterbatasan yang dimunculkan Irving pada foto ini juga membuat audien mampu membaca masih

belum tersentuhnya Desa tersebut dari campur tangan pemerintah, dalam pembangunan Infrastruktur yang memang sampai saat ini nyatanya memang masih banyak desa-desa terpencil yang belum merasakannya pemerataan pembangunan infrastruktur. Pesan yang ada dalam foto ini adalah dua orang anak yang tengah bermain di sebuah hutan selepas pulang sekolah, senyuman dari dua orang anak yang lepas memberikan pesan kebahagiaan mereka bermain dengan alam. Namun fotografer sendiri berpendapat bahwa pesan yang ada dalam foto ini menceritakan semangat dua orang anak sekolah dasar untuk menuju sebuah sekolah. Pendapat penulis berbeda dengan argument fotografer yang menyatakan bahwa foto ini bercerita tentang semangat anak sekolah ditengah keterbatasan-keterbatasan yang ada. yaitu keterbatasan mengenai akses jalan menuju sekolah mereka. Meski terdapat perbedaan antara pengamatan penulis dengan fotografer. Audien dari peminat fotografi membaca pesan dalam foto ini berisi tentang keterbatasan akses menuju sekolah. Lumpur yang ada pada kaki anak tersebut memberi makna bahwa perjalanan mereka harus melalui jalan yang rusak, bahkan pada foto tersebut terlihat kedua anak tersebut tidak menggunakan sepatu. Dengan tujuan agar sepatu mereka tidak kotor menuju sekolah

Budaya yang mempengaruhi terciptanya foto dengan judul berharap adalah dari kejadian yang dialami fotografer ketika beberapa hari menetap di sebuah desa yang berada di pinggiran sungai Kampar. Pengalaman Irving yang sudah beberapa hari berada di Desa tersebut ketika banjir terjadi. Kebudayaan pemerintah yang terkesan sering terlambat dalam memberi bantuan kepada korban bencana menjadi unsur kebiasaan yang berulang-ulang dirasakan oleh Irving, sehingga kebiasaan ini pun seperti sudah menjadi budaya bagi pemerintahan Indonesia menurut Irving.

Irving memunculkan kebiasaan pemerintah yang sering sekali terlambat dalam memberi bantuan kepada korban bencana alam menjadi kebudayaan yang melatar belakangi pembuatan budaya pada foto ini.

Pada Foto berharap ini Irving mencoba mengarahkan pemikiran audien ke arah pesan menunggu melalui beberapa komponen, penggunaan judul Berharap yang mencoba membawa prespektif audien berfikir kepada anak yang menunggu pemerintah memberikan bantuan kemanusiaan. Namun dari pemahaman audien budaya tersebut belum dapat terbaca secara detil. Hal ini disebabkan oleh peminat foto beranggapan kalau foto berharap ini ,menceritakan kebudayaan mengenai desa yang selalu terendam banjir setiap tahun, sosok anak tersebut yang sedang duduk seperti menyiratkan kapan banjir akan berhenti menggenangi kampung mereka. Pada retorika visual pemaknaan dari setiap individu bisa saja berbeda hal ini dipengaruhi dari prespektif serta cara mereka menyimpulkan komponen-komponen yang ada. hal ini diperkuat dengan argument fotografer yang menyatakan bahwa foto mengarah kepada harapan anak kecil yang sedang menunggu bantuan dari pemerintah datang ketika desanya terendam banjir.

Pesan dalam foto dengan Berjudul berharap ini adalah untuk menginformasikan kepada pemerintah masih ada desa yang belum mendapat pertolongan ketika dilanda musibah banjir. Dengan penggunaan komponen-komponen pada foto ini dapat disimpulkan bahwa pesan utama foto ini adalah harapan seorang anak akan ada bantuan yang datang untuk meringankan bebanya dalam menghadapi banjir, meskipun demikian berdasarkan analisis peneliti foto ini bisa saja berisikan pesan mengenai anak kecil yang bosan karena banjir tidak surut sehingga ia tidak bisa bermain. Dalam karya dua dimensi memang

tidak ada pesan yang pasti, setiap pesan dapat saja berbeda berdasarkan bagaimana cara audien menyimpulkan pesan yang ada. Hal ini dikarenakan pemaknaan antara setiap komponen foto yang ditampilkan oleh fotografer dapat berbeda antara audien yang satu dengan lainnya.

Foto ketiga adalah foto dengan judul *Heal the world*. Budaya atau sejarah yang mendorong Irving untuk menciptakan foto ini adalah budaya mengenai kurangnya kepedulian manusia terhadap lingkungan. Berdasarkan pengamatan peneliti kepedulian yang dimunculkan pada foto ini berasal dari kegiatan menyiram bibit pohon yang dilakukan oleh seorang anak. Kegiatan menyiram pohon tersebut seolah-olah menunjukkan rasa kepedulian terhadap lingkungan. Ditengah suasana bumi yang begitu panas yang ditunjukkan dengan penggunaan warna orange pekat pada foto, hanya kepedulian terhadap alam lah cara untuk mengatasinya. Pemahaman akan budaya penanaman kembali oleh fotografer juga mampu di baca dengan jelas oleh audien pada foto ini. Penikmat fotografi mengatakan kegiatan objek yang menyiram pohon menunjukkan bahwa foto ini berusaha menanamkan pemahaman untuk menanam kembali pohon, warna foto yang begitu panas juga semakin mendukung budaya bahwa penanam pohon kembali sangat berguna untuk mencegah pemanasan global. Ditambah dengan judul *heal the world* yang berarti sembuhkan dunia, semakin mempertegas hal yang ingin disampaikan oleh fotografer melalui foto ini. Semua konteks sejarah yang berusaha disampaikan Irving melalui foto-fotonya dapat dikatakan terbaca dengan jelas oleh penikmat foto. Apa pesan yang berusaha disampaikan Irving tidak jauh berbeda dengan pendapat dari penikmat foto itu sendiri. Meski terdapat perbedaan pemaknaan budaya yang ada di foto berharap. Sejarah yang berusaha dimunculkan Irving melalui foto karyanya

sudah dapat terbaca oleh audien. Tidak semua foto dapat terbaca dengan jelas unsur kebudayaannya oleh audien, hal ini dikarenakan setiap orang mempunyai cara menyimpulkan pesan yang berbeda. Dalam ilmu komunikasi sendiri pemaknaan sebuah pesan dapat berbeda-beda antara individu yang satu dengan yang lainnya, hali ini dipengaruhi oleh latar belakang audien, persepsi serta budaya mereka masing-masing.

Pesan utama dari *foto healing the world* ini adalah pesan kepada masyarakat untuk melakukan penghijauan dari dini, demi menjaga kelangsungan alam dimasa yang akan datang. Budaya akan kurang kepedulian terhadap lingkungan serta penggabungan berbagai unsur dalam foto ini membentuk sebuah tema tentang kepedulian terhadap lingkungan, *heal the world* yang berarti sembuhkan dunia, memiliki pesan yang jelas yaitu untuk menjaga alam, menjaga dunia dengan melakukan reboisasi hutan, sehingga dunia bisa hijau dan sembuh kembali dari pemanasan global yang sudah berdampak buruk bagi kenyamanan manusia yang ada di bumi

Bagaimana Preskpetif Fotografer dalam Membuat Foto *Human Interest*

Foto pertama adalah foto dengan judul *Caption*. Dari sudut pandang kamera fotografer melakukan beberapa settingan pada kamera untuk memperkuat pesan serta menciptakan beberapa aturan dasar dalam fotografi. Foto ini di setting dengan pencahayaan rendah. Pada foto ini fotografer menggunakan ISO -200. ISO minus digunakan agar tingkat kesesintifan kamera terhadap cahaya tidak begitu besar. Terlebih Kondisi pengambilan foto berada di luar ruangan, yang pada dasarnya memiliki sumber cahaya yang cukup banyak. Pada foto ini tingkat kecepatan pengambilan gambar atau *Shutter Speed* berada pada kecepatan 1/320 second, sedangkan bukaan

tirai kamera berada pada format F 1,8. Kamera diseting dengan kecepatan Normal, dan bukaan jendela kamera atau *Aperture* dibuka dengan cukup besar. Ketiga *triangle Exposure* fotografi ini dikombinasikan oleh Irving untuk menciptakan foto yang focus pada objek utama dan menciptakan blur atau dalam dunia fotografi dikenal dengan istilah bokeh pada background foto. Karena *Aperture* kamera yang semakin kecil akan memberikan efek bokeh yang sangat kuat pada background foto. Secara keseluruhan kombinasi ketiga elemen pada fotografi ini menciptakan total exposure yang berada pada metering normal pada titik 0,0. Meskipun demikian kombinasi ini akan menciptakan foto yang minim cahaya. Kondisi minim cahaya yang diinginkan Irving pada foto ini bertujuan untuk mendramatisir nuansa warna pada foto. F yang kecil juga bertujuan untuk membuat audien lebih focus pada objek utama. Secara keseluruhan pengkomposisan dari sudut pandang kamera dilakukan oleh Irving menghasilkan cahaya yang minim pada foto hal ini bertujuan untuk memvisualisasikan perasaan Irving selama menetap di desa buluh Cina.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hal mengenai penggunaan retorika visual oleh fotografer dalam media foto *human interest*.

1. Berdasarkan hasil pada pembahasan yang merupakan analisa dari peneliti melalui elemen penggunaan subjek konten pada foto *human interest* karyanya Irving menggunakan subjek utama anak-anak pada setiap fotonya. Foto karya Irving ditampilkan dengan pencahayaan *Low key*. Pewarnaan pada foto *human interest* Irving menggunakan warna-warna yang berasal dari alam, mulai dari matahari, hutan hingga air. Foto karya Irving muncul dari sudut

pandang Irving yang mengamati kejadian-kejadian selama ia tinggal di Desa buluh Cina Foto *human interest* dalam hasil pembahasan peneliti juga menemukan bahwa foto-foto karya Irving selalu menggunakan subjek utama sebagai *point of interest* didalam foto. Melalui hasil dan pembahasan peneliti juga menemukan bahwa elemen naratif pada foto karya Irving bercerita mengenai keterbatasan-keterbatasan, serta kesulitan-kesulitan yang dialami oleh orang-orang yang tinggal disekitarnya.

2. Dalam audien/konten, foto karya Irving muncul dari kebudayaan, serta pemahaman yang muncul ditengah masyarakat, budaya yang dimunculkan berasal dari apa yang dirasakan Irving ketika melihat momen yang dia lihat di Desa buluh Cina. Komponen-komponen yang dimunculkan oleh Irving didalam foto karyanya mampu menciptakan kebudayaan yang terbaca oleh audien. Meskipun demikian Irving tidak membatasi budaya apa yang terbaca pada foto karyanya, dia membebaskan audien memaknai sesuai latar belakang audien itu sendiri. Pesan-pesan yang ada dalam foto *human interest* karya Irving menggunakan pesan-pesan yang berisi kritikan-kritikan sosial yang berada dimasyarakat. Ada pun foto Irving memberitahukan Informasi kepada audien mengenai suatu hal yang terjadi di desa Buluh Cina.

3. Sudut pandang Irving dari sudut kamera menggunakan komposisi Exposure pada tahap titik normal dan minus, hal ini dipengaruhi oleh bagaimana kondisi pencahayaan di lokasi pemotretan. Foto Irving menggunakan komposisi framing rule of third, hal ini dikarenakan penggunaan komposisi framing ini bisa lebih cepat dan efisien. Bentuk-bentuk subjek pada foto ini adalah pembekuan

gerak, yaitu untuk menunjukkan kegiatan yang dilakukan subjek utama didalam foto. Dalam menciptakan ilusi jarak, Irving menggunakan sudut eye to eye dan balancing elemen, eye to eye digunakan untuk menciptakan ilusi kepada audien agar mereka seolah-olah melihat langsung kegiatan yang ada didalam foto, sementara itu penggunaan balancing elemen adalah untuk mengatur skala subjek utama dengan komponen lainnya agar perbandingan satu komponen dengan komponen lainnya bisa seimbang

SARAN

1. Berdasarkan proses analisa peneliti menyarankan agar fotografer menggunakan komponen-komponen yang memiliki makna pesan tunggal, agar audien tidak memiliki pemahaman ganda terhadap foto-foto *human interest* karya Irving Lubis
2. Untuk lebih memperkaya pengetahuan mahasiswa tentang foto, peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya yang meneliti tentang foto, agar meneliti foto bukan hanya dari segi pesannya saja tapi bagaimana fotografer mengkomposisi semua unsur agar pesan dapat memiliki arti tunggal.

DAFTAR PUSTAKA

Adams, Ansel . (2003). *The Camera, The Ansel Adams Photography Series*. New York : Little, Brown and Company University.

Barthes, Roland. (1981). *Camera Lucida*. New York: Hill and Wang.

Dameria, Anne. 2007. *Color Basic Paduan Dasar Warna untuk Desainer & Industri Grafika*. Jakarta: Link & Match Graphic

Darmaprawira, W.A , Sulasmi. (2002). *Warna, Teori dan Kreativitas Penggunaanya*, Bandung: ITB

Feininger, Andreas. (1969). *The Complete Photographer*. New Jersey: Prentice-Hall.

Foss, Sonja K. (2005). *Defining Visual rhetoric* . London : Lawrence Erlbaum Associates.

Galer, Mark. (2002). *Location Photography*. London: Focal Press Group

Hesford, Wendy, and Brueggemann, Brenda. (2006). *Rhetorical Visions: Reading and Writing in a Visual*.

Krause Jim. 2004. *Design Basic Index*. Ohio : HOW Design Books

Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media

Kuswarno Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi : Widya Padjajaran*

Langford, Michael. (2000). *Basic Photography*. London: Focal Press.

Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Kualitatif* Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosda Karya

Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Desain Grafis Komputer)*.

R.M. Soelarko. (1985). *Penuntun Fotografi*. Bandung: Karya Nusantara.

Rakhmat , Jalaluddin. (2000). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Suh, Taewon . (1999). *Visual Communication Research Trend*. Saint Louis : Saint Louis

Writing in a Visual. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall.

Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET