Pesan Sosial Dalam Foto Jurnalistik Harmoni Di Pasar Mambunibuni Di Media Online *Kompas.id*

Satria Nandha Putra 1\*, Rojudin,2, Ahmad Fuad 1

1Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, 2 Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : [satrianandha1@gmail.com](mailto:satrianandha1@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan sosial pada foto cerita jurnalistik Harmoni di Pasar Mambunibuni pada media online *kompas.id* tanggal 5 Juni 2022 ditinjau dari makna denotasi, konotasi dan makna mitos. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Foto Cerita Jurnalistik “Harmoni di Pasar Mambunibuni” Tanggal 5 Juni 2022 di Media Online *Kompas.id* memiliki pesan sosial dengan karakternya tersendiri. Hal tersebut terlihat dari makna denotasi ini menceritakan Aktivitas Pasar Mambunibuni yang menjadi tempat bertemunya masyarakat gunung dengan masyarakat pesisir (pantai). Lalu dari makna konotasi tidak ada trick effect dari 13 foto yang menceritakan tentang Pasar Mambunibuni. Dan dari makna mitos tidak adanya patokan mengenai kualitas dan kuantitas barang yang dibarter.

**Kata Kunci :** Foto Cerita Jurnalistik, Harmobi di Pasar Mambunibuni, *Kompas.id*

ABSTRACT

*This study aims to determine the social message in the photojournalism story of Harmony in Pasar Mambunibuni on online media kompas.id June 5, 2022 in terms of the meaning of denotation, connotation and mythical meaning. This research uses a qualitative approach with Roland Barthes' semiotic analysis method. The results of the study concluded that the Photojournalism Story "Harmony in the Mambunibuni Market" on June 5, 2022 on Online Media Kompas.Id has a social message with its own character. This can be seen from the meaning of this denotation telling the activity of the Mambunibuni Market which is a meeting place for mountain communities with coastal communities (beaches). Then from the meaning of the connotation there is no trick effect from the 13 photos that tell about Mambunibuni Market. And from the meaning of myth there is no benchmark regarding the quality and quantity of goods bartered.*

***Keywords:*** *Photojournalism, Harmobi at Mambunibuni Market, Kompas.id*

PENDAHULUAN

Media massa menjadi salah satu penyebaran informasi yang memiliki jangkauan yang sangat luas dalam mengirim informasi, oleh karena itu media massa dapat memudahkan khalayak dalam memperoleh informasi atau berita. Teks berita yang disandingkan dengan foto jurnalistik pada media massa adalah perpaduan yang epik karena foto jurnalistik dapat mengilustrasikan isi dari berita tersebut, selain itu juga informasi di dalamnya dapat dibaca berkali-kali dan dinikmati tanpa diikat waktu.

Foto jurnalistik sendiri berarti sajian dalam bentuk visual yang menggambarkan sebuah peristiwa yang di dalamnya mengandung unsur berita atau informasi dari tempat berbeda kepada pembaca. Foto jurnalistik berperan sebagai alat terbaik untuk melaporkan sebuah peristiwa kepada khalayak secara efektif dalam bentuk gambar. Foto jurnalistik pada media massa ditampilkan guna menjelaskan kembali sebuah peristiwa dalam bentuk visual isi berita untuk memperkuat dan menggugah emosi pembacanya (Solihin, et al., 2018).

Foto jurnalistik dalam media massa memiliki peran penting dalam menggambarkan peristiwa secara realistis, memudahkan pemahaman pembaca, efektif dalam menyampaikan pesan, dan menjelaskan permasalahan yang belum terselesaikan. Oleh karena itu, perlu meningkatkan aspek visual dalam foto jurnalistik untuk memperkuat kredibilitasnya sejajar dengan komunikasi verbal..

Foto jurnalistik story adalah serangkaian foto yang bercerita melalui gambar, menyampaikan peristiwa dengan gambar yang berkaitan untuk memahamkan cerita kepada pembaca. Ini penting karena setiap orang memiliki sudut pandang berbeda terhadap gambar, dan dunia ini penuh dengan potensi cerita yang bisa diangkat menjadi konten Photo *story*. (Maulana, 2021: 2-3).

Dalam penelitian ini, foto cerita berperan sebagai gambar yang mendokumentasikan proses pembuatan objek secara lengkap. Fotografi memiliki kemampuan untuk mencatat peristiwa dari awal hingga akhir, memungkinkan penyampaian informasi yang jelas. Foto jurnalistik sangat bergantung pada caption, yang wajib ada dalam setiap foto berita. Caption adalah kalimat singkat yang menjelaskan konten visual foto dengan 5W+1H.

Maka sebuah foto tidak bisa dikatakan foto jurnalistik jika dalam foto tersebut tidak disertai caption atau penjelas dari foto tersebut. kendati foto tersebut memiliki struktur gambar yang menjelaskan tentang kegiatan jurnalistik, seperti memotret peristiwa atau kejadian yang bisa dilaporkan. Dengan demikian artinya caption memegang peranan penting dalam sebuah foto jurnalistik dan kedua hal ini menjadi satu komponen utuh yang sulit dipisahkan karena keduanya saling berkesinambungan.

Dalam foto sendiri terdapat makna atau pesan yang ingin disampaikan kepada pembacanya. Seperti pesan religi, pesan humanis, pesan sosial, pesan moral dan masih banyak lainnya. Selain itu, ada banyak hasil foto cerita jurnalistik yang mengandung sebuah pesan hal itu bergantung kepada cara pandang dari masing-masing individu dalam mengartikan setiap foto tersebut.

Pesan sosial yang terdapat dalam sebuah foto diharapkan dapat memberikan respon kepada pembacanya, sehingga foto yang diambil harus memiliki komposisi yang jelas agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik.

Pesan sosial merupakan suatu pemikiran yang didalamnya memberikan dampak kepada masyarakat. Dimana didalamnya terdapat dua orang atau lebih yang saling terhubung dan membutuhkan untuk membentuk sebuah kesadaran agar peran masing-masing dapat terpenuhi. Karena jika dilihat dari sisi sosial sebagai sebuah ilmu, maka objek yang tepat ialah masyarakat (Soekanto, 1987).

Maka sebagai seorang fotografer, ia akan mengamati peristiwa terlebih dahulu untuk menentukan apa saja unsur menarik dari objek yang bisa di potret dan mempertimbangkan pesan yang ingin disampaikan. Kemudian Fotografer akan mencari tipe pengambilan gambar atau camera angle yang sesuai agar gambar yang dihasilkan dapat memberikan informasi dan makna kepada pembacanya.

Pesan atau konten dari informasi perlu untuk disesuaikan dengan media yang digunakan. Informasi yang padat memang penting, namun juga perlu mempertimbangkan kemampuan masyarakat untuk menerima inti dari konten tersebut mengingat pemerintah melali humas harus bisa membangun reputasi yang baik sehigga sebuah institusi mampu mendapatkan reputasi yang baik dari publiknya (Astuti, Aziz, & Fuad, 2020).

Sehingga dalam penelitian ini, penulis akan melihat bagaimana dan apa saja faktor utama ketika kita ingin mengetahui pesan sosial dari foto cerita jurnalistik yang akan kita buat. Karena menurut pendapat penulis, tidak semua pesan yang ingin disampaikan melalui foto dapat dengan mudah dipahami oleh pembaca. Maka penulis akan meneliti sekaligus menginterpretasikan pesan sosial dalam suatu foto cerita jurnalistik, agar dapat membuka wawasan kita tentang apresiasi fotografi, khususnya fotografi cerita jurnalistik dengan cara semiotika.

Penelitian ini diawali dengan melakukan kajian pustaka terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian yang telah dipilih oleh peneliti, hal ini bertujuan untuk menambah informasi demi mendukung keberlangsungan penelitian yang akan dilakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang sejenis.

Pertama, Yeki Herlina (2009), “Komposisi Dalam Seni Fotografi”. Hasil dari penelitian ini yaitu, menyoroti bahwa fotografi bukan sekadar gambar, tetapi sebuah karya seni yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada penonton.

Kedua, Ginaq Taufik (2010), “Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Foto Jurnalistik Tentang Hak Asasi Manusia Pada Majalah Tempo Edisi 7 Juni - 11 Juni 2010”. Hasil penelitian kali ini yakni, makna denotasi dan konotasi dalam foto jurnalistik, khususnya dalam konteks pelanggaran HAM yang tidak boleh terjadi dalam foto berita.

Ketiga, Dawam Syukron (2013), “Analisa Foto Jurnalistik Majalah Travel Xpose”. Hasil dari penelitian ini yaitu, mencoba memahami makna denotasi dan konotasi dalam foto-foto jurnalistik yang dipublikasikan dalam majalah Travel Xpose. Ini mencakup aspek pengambilan gambar, seperti pencahayaan dan pengaturan framing.

Keempat, Mochamad Solehudin (2012), “Analisis Semiotika Foto Berita Spot News Persib Di Harian Sindo Edisi Jawa Barat”. Hasil dari penelitian ini yaitu, mengeksplorasi makna tanda-tanda dalam foto berita yang berhubungan dengan tim sepakbola Persib.

Kelima, Nazmi Abduraahman (2014), “Analisis Semiotika Terhadap Foto Jurnalistik Tentang Sikap Wartawan Pers (Penelitian Pada Rubrik “Bandung Metro” Bandung News Photo.Com Edisi 1 Februari 28 Februari 2014)”. Hasil penelitian ini membahas makna denotasi dan konotasi dalam foto-foto jurnalistik, yang terkait dengan kegiatan gubernur Jawa Barat Ahmad Heryawan, serta menyoroti bagaimana foto-foto tersebut dapat memengaruhi persepsi dan opini masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah mengenai foto jurnalistik story yang dimuat oleh *Kompas,id.* Kemudian diturunkan dalam pertanyaan penelitian yaitu: Bagaimana makna denotasi, konotasi, dan mitos pada foto cerita jurnalistik Harmoni di Pasar Mambunibuni, pada media online *kompas.id* tanggal 5 Juni 2022?

Metode penelitian yang dipilih untuk mengetahui pesan sosial pada foto cerita jurnalistik Harmoni di Pasar Mambunibuni pada media online *kompas.id*, dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barhes. Semiotika menurut Roland Barthes adalah ilmu yang digunakan untuk menafsirkan tanda, dan bahasa yang merupakan susunan tanda untuk menyampaikan pesan tertentu. Tanda menurut Roland Barthes sendiri dapat berupa lagu, dialog, not musik, slogan, gambar, ekspresi wajah, dan gerak tubuh. Semiotika Roland Barthes disebut juga dengan semiotika visual (*visual semiotics*). Model semiotika ini relevan dengan penelitian yang dilakukan karena Roland Barthes memahami semiotika sebagai teori untuk mengkaji tanda berupa gambar atau foto.

LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Secara etimologis, semiotika berasal dari bahasa Yunani yaitu kata “*semion*” yang berarti “tanda” (Vera, 2014:2). Pengertian yang sama juga diungkapkan Sudjiman dan Van Zoest bahwa semiotika berasal dari kata “*semion*” atau “*seme*” yang berarti “penafsiran tanda” (Cobley dan Janz dalam Sobur, 2016:16).

Simbol tersebut didefinisikan sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain. Secara linguistik, semiotika dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari rangkaian peristiwa yang terjadi di seluruh dunia sebagai simbol. Semiotika mempelajari bagaimana bidang bahasa dalam perkembangannya berhubungan dengan semua aspek kehidupan, bagaimana masyarakat luas berhubungan dengannya, dan bagaimana mereka menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Semiotika mempelajari objek, peristiwa, dan semua budaya sebagai simbol. Umberto Eco menjelaskan bahwa semiotika tanda didefinisikan sebagai sesuatu yang dibangun di atas norma-norma sosial dan dapat dipandang mewakili sesuatu yang lain. Satu atau lebih peristiwa dan bahkan budaya yang merupakan simbol dapat dipahami melalui semiotika. Dengan mempelajari semiotika, manusia akan memahami arti dari apa yang terjadi dalam kehidupan. Karena setiap simbol pasti memiliki arti yang harus dipahami (Sobur, 2006:15).

Semiotika adalah ilmu tentang tanda atau studi tentang bagaimana sistem penandaan fungsi. Semiotika metode ilmiah atau analisis untuk mempelajari tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang digunakan untuk mencoba menemukan jalan-jalan di dunia ini, diantara manusia, dan dengan manusia (Sobur, 2016:15).

Menurut Winfried Noth yang dikutip dalam buku Mitos Jurnalisme menyatakan bahwa tanda *(sign)* berfungsi membangkitkan makna. Makna muncul dari pertemuan antara penanda (*signifier)* dan petanda (*signified).* Makna juga muncul karena tanda selalu dapat dipahami oleh perasaan (*sens)* dan pikiran (*reason).* Dengan menggunakan akal sehat, orang biasanya menghubungkan sebuah tanda pada rujukan (*reference)* untuk menentukan arti dari tanda itu (Iskandar & Lestari, 2016:41).

Sebelumnya terdapat tokoh semiotika bernama Ferdinand De Saussure, yang tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, namun Saussure kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang dalam situasi yang berbeda. Roland Barthes meneruskan pemikiran Saussure tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman pribadi dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Pandangan Roland Barthes tersebut dikenal dengan istilah “*order of signification*”. Istilah tersebut mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Dan inilah yang menjadi pembeda antara Saussure dan Roland Barthes.

Teori semiotika Roland Barthes (1915-1980), membagi semiotika menjadi dua tingkat pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menggambarkan hubungan antara penanda dan petanda yang sebenarnya sehingga menghasilkan makna yang jelas, langsung, dan pasti. Sedangkan konotasi adalah tingkat pertandaan yang menggambarkan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang samar, tidak langsung, dan tidak pasti (Kusmarini, 2006).

Selain denotasi dan konotasi, Barthes pun melihat aspek lain dari suatu penandaan yaitu mitos. Menurutnya, mitos berada pada tingkat kedua penandaan. Setelah terbentuk sistem *sign-signifier-signified*, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Berdasarkan penjelasan tersebut maka ketika suatu tanda yang memiliki makna konotasi dan berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi mitos.

Sistem denotasi adalah sistem pertandaan tingkat pertama, yang terdiri dari serangkaian penanda dan petanda, yakni hubungan materialistis penanda atau konsep abstrak dibaliknya. Pada sistem konotasi atau sistem penanda tingkat kedua rantai penanda atau petanda pada sistem denotasi menjadi penanda dan seterusnya berkaitan dengan yang lain pada rantai pertandaan lebih tinggi.

Denotasi menurut Barthes merupakan sistem petandaan tataran pertama yang memiliki makna dengan sifat tertutup (Vera, 2014:28). Barthes juga menyatakan bahwa makna denotasi menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda dalam suatu tanda, dan hubungan antara tanda dengan objek yang mewakili. Denotasi juga sebagai sesuatu yang teramati dalam sebuah tanda yang masuk akal dan diyakini oleh banyak orang (*common-sense*).

Konotasi adalah tingkat pertandaan kedua yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang didalamnya beroperasi makna yang tidak jelas, tidak langsung dan tidak pasti dengan artian bahwa makna terbuka untuk berbagai kemungkinan. Konotasi menciptakan lapisan makna kedua, yang terbentuk ketika penanda berhubungan dengan berbagai aspek psikologis yang berbeda seperti perasaan, emosi atau kepercayaan (Piliang, 2003:261). Untuk mengetahui makna konotasi dalam sebuah gambar, terdapat enam prosedur yang dikembangkan oleh Roland Barthes yaitu: *trick effect, pose, objeck, photogenia, aeshetism,* dan *sytax.* Penggunaan enam prosedur menurut Roland Barthes tersebut dapat memberikan penjelasan yang lebih mendalam dari sebuah peristiwa dalam foto. Terdapat pula pemaknaan dalam teknik menganalisis foto yang diuraikan oleh Roland Barthes dalam (Fiske, 2007:128).

Mitos menurut Roland Barthes mitos yaitu tentang tata cara berfikir dalam suatu kebudayaan supaya bisa mengonseptualkan dan memahami apa yang disampaikan, bahwa mitos itu menjelaskan tentang pemahaman seluruh aspek realitas yang terjadi di dalam sebuah kebudayaan dan lingkungan. Mitos yaitu salah satu produk sosial yang mempunyai suatu tatanan denotasi (Sobur, 2016:128). Mitos adalah sistem komunikasi, sehingga mitos juga adalah pesan. Oleh karena itu, mitos tidak dapat menjadi objek, konsep atau gagasan, karena mitos adalah bentuk makna (Kurniawan, 2001:84).

Peneliti menggunakan teori ini karena dirasa relevan dengan penelitian mengenai makna foto dalam tradisi mudik. Semiotika Roland Barthes disebut juga dengan semiotika visual (*visual semiotics*), yang pada hakikatnya adalah cabang semiotika yang secara khusus berkaitan dengan penyelidikan segala macam makna yang disampaikan melalui sarana indera penglihatan atau *visual senses* (Budiman, 2011:9).

Setelah melihat uraian latar belakang diatas dan rumusan masalah yang dijabarkan maka penulis menggunakan teori semiotika Roland Barthes sebagai kerangka untuk menganalisis foto jurnalistik. Karena dinilai lebih tepat untuk melihat sebuah fenomena dan makna yang terkandung dalam foto dengan kajian penelitian foto cerita jurnalistik dengan objek foto yang dimuat di media online *kompas.id*.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menyajikan data berdasarkan dokumentasi dan observasi. Sajian data tersebut mengenai makna yang terkandung dalam foto-foto Tradisi Pasar Mambunibuni yang dimuat oleh *kompas.id,* edisi 5 Juni 2022. Foto jurnalistik yang diteliti berjumlah 13 foto, dianalisis menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes dengan tiga tahapan pemaknaan yakni denotasi, konotasi dan mitos, kemudian mendeskripsikan hasil analisis secara sistematis berdasarkan data dan fakta yang diperoleh.

Tabel 1. Foto Jurnalistik Mudik Lebaran 29-30 April 2022

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Gambar | Pesan Sosial Makna Denotasi | Pesan Sosial Makna Konotasi | Pesan Sosial Makna Mitos |
|  | Suasana pasar dengan aktivitas berjalan. | Suasana pasar Mambunibuni dengan berbagai aktivitas pengunjung di bawah sinar matahari. | Pasar Mambunibuni adalah tempat transaksi ekonomi dan pertemuan masyarakat gunung dan laut. |
|  | Dua orang melakukan proses barter | Dua pengunjung pasar sedang berbarter dengan pencahayaan alami. | Pasar Mambunibuni adalah tempat barter yang mencerminkan keberagaman. |
|  | Pertukaran antara hasil bumi gunung dan hasil bumi laut | Fokus pada barter antara pisang dan ikan asap dengan pengambilan gambar dari atas. | Barter terjadi di pasar Mambunibuni antara hasil bumi laut dan gunung, seperti pisang dan ikan asap. |
|  | Proses barter antara masyarakat gunung dan masyarakat laut. | Pengunjung pasar yang sedang berbarter pinang, angle sejajar dengan mata fotografer, fokus pada barter pinang. | Pasar Mambunibuni adalah tempat barter yang mencerminkan keberagaman. |
|  | Masyarakat gunung menunggui barang dagangannya, termasuk ikan asap, biji-bijian, dan pinang | Pengunjung pasar yang duduk, salah satu tertawa, sedang menunggu dagangan. | Barang dagangan laut, ditandai oleh ikan asap, dan jilbab dipakai oleh penduduk laut. |
|  | Hasil bumi dari laut dan gunung bertemu di Pasar Mambunibuni, termasuk ikan asap, singkong, dan sayuran. | Barang dagangan dijual di pasar, hasil bumi dari laut dan gunung. | Pasar Mambunibuni menjual barang dari laut dan gunung. |
|  | Hasil bumi dari gunung, seperti sagu kering. | Sagu kering yang dijual di Pasar Mambunibuni, hasil bumi dari gunung. | Sagu kering, makanan dari gunung, dijual di Pasar Mambunibuni. |
|  | Masyarakat gunung menunggui hasil bumi mereka, dengan perempuan yang tidak menggunakan hijab. | Pengunjung pasar yang duduk berhadapan, menunggui hasil bumi gunung (singkong, pisang, cabai). | Penduduk gunung membawa hasil lahan untuk barter dengan hasil laut, menunjukkan barter berdasarkan kebutuhan. |
|  | Hasil bumi dari laut dijajakan di Pasar Mambunibuni, dengan masyarakat yang melihat-lihat barang tersebut. | Pengunjung pasar yang berdiri dan duduk melihat hasil bumi laut. | Penduduk laut membawa hasil lahan mereka ke Pasar Mambunibuni. |
|  | Masyarakat gunung berjalan pulang setelah pasar tutup. | Masyarakat berjalan memanggul keranjang di punggungnya setelah pasar tutup. | Mitos bahwa penduduk gunung berjalan kaki ke dan dari Pasar Mambunibuni. |
|  | Transportasi yang digunakan oleh masyarakat gunung untuk datang dan pulang dari pasar, dengan beberapa masyarakat yang tidak menggunakan hijab. | Masyarakat dalam mobil, sedang duduk. | Mitos bahwa penduduk gunung menggunakan mobil untuk datang dan pulang dari Pasar Mambunibuni. |
|  | Transportasi masyarakat laut yang terparkir di Parkir Johnson, dengan beberapa orang yang menunggu kapal tersebut. | Deretan perahu terparkir dengan orang-orang duduk menunggui perahu. | Penduduk laut menggunakan perahu untuk datang dan pulang dari Pasar Mambunibuni. |
|  | Aktivitas masyarakat laut yang pulang dari pasar menggunakan perahu, dengan penggunaan hijab dan hasil bumi hasil barter. | Deretan perahu terparkir dengan orang-orang berdiri dan duduk di atas perahu. | Mitos bahwa penduduk laut menggunakan perahu untuk datang dan pulang dari Pasar Mambunibuni. |

Sumber: *Kompas.id*

Pada foto cerita jurnalistik “Harmoni di Pasar Mambunibuni**”** yang terdapat dalam rubrik fotografi *kompas.id* terdapat pesan sosial yang terkandung di dalamnya. Media sebagai penyampai pesan dan informasi mengambiljfoto, yang dapatvditerima oleheberbagai kalanganqmasyarakat. Foto-fotoryang berada dalam mediaeyang ditelitivbersifat natural, dimanagfoto yang diambilrtanpa setingan sebelumnya.

Di dalamtfoto-foto tersebut memiliki gaya Bahasaqjurnalistik dalam pengambilan fotonya. Dimana foto-foto *human interest* yangtditonjolkan dalam media tersebut, namunttidak semua oranggdapat mengartikanemaksud dan tujuan foto-foto inirdiambil. Pada foto-fototyang ditelitiyditambahkan keteranganffoto gunafmembantu pembacaqmemahami foto-foto tersebut. Pesantsosial dalamqfoto lebih banyak mengenai bagaimana masyarakat gunung dan laut saling melakukan barter demi memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Analisisjsemiotika darieRoland Barthes dinilaiqtepat untuk menganalisis maknaryang terkandungtdalam fotoqjurnalistik. Teoriryang dikembangkanroleh Barthesfmelewati tiga tahaptsignifikansi. Signifikansirtahap pertama (denotasi), dalam gambar atau fototpesangdenotasi adalahgpesan yang inginydisampaikan olehvgambar secaramkeseluruhan.

Signifikansi tahap kedua (konotasi) adalah pesanfyang dihasilkanroleh unsur-unsurqgambar dalamwfoto sejauhekita dapat membedakanxunsur-unsur tersebutz(Sunardi, 2002-142). Siginifikansi tahap ketiga (mitos), sebagaicsuatu sistemdyang unik, dibanguneoleh suatu rantaiqpemaknaan yangrtelah adarsebelumnya atautdengan kata lain, mitosqadalah juga sistem pemaknaanrtataran kedua (Sobur, 2009: 71).

Dari ketiga tahapan tersebut, seperti mana denotasi, konotasi, dan mitos akan dijelaskan secara detai di bawah ini, diantaranya sebagai berikut:

**Makna Denotasi**

Makna denotasi merupakan makna yang sesuai dengan apa adanya, dan sering juga disebut sebagai makna konseptual, makna denotasional atau makna kognitif. Secara sederhana, makna denotasi diartikan sebagai makna yang sesuai dengan hasil menurut penglihatan, penciuman, pendengaran, perasaan, atau pengalaman. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa makna denotasi adalah makna sebenarnya.

Denotasi, dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang ”sesungguhnya” bahkan kadang kala juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap (Sobur, 2009).

Melihat dari ciri dari makna denotasi, pada penelitian ini keseluruhan foto cerita dari “Harmoni Pasar Mambunibuni” memiliki makna denotasi. Foto yang dihasilkan fotografer *kompas.id* merupakan foto cerita yang saling berkesinambungan mulai dari menggambarkan suasana pasar, proses barter, orang yang menunggu dagangan, barang-barang yang diperjualbelikan untuk dibarter, hingga penggambaran hasil gunung dan laut beserta orang-orangnya, kemudian transportasi yang mereka gunakan.

Pesan atau konten dari informasi perlu untuk disesuaikan dengan media yang digunakan. Informasi yang padat memang penting, namun juga perlu mempertimbangkan kemampuan masyarakat untuk menerima inti dari konten tersebut mengingat pemerintah melali humas harus bisa membangun reputasi yang baik sehigga sebuah institusi mampu mendapatkan reputasi yang baik dari publiknya (Astuti, Aziz, & Fuad, 2020).

Menurut Sunardi, Signifikasi tahap pertama denotasi, dalam gambar atau foto pesan denotasi adalah pesan yang ingin disampaikan oleh gambar secara keseluruhan (Budiman, 2004:142)

Denotasi dalam pandangan Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup. Tataran denotasi menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Denotasi merupakan makna yang sebenar-benarnya, yang disepakati bersama secara sosial, yang rujukannya pada realitas. Dalam semiologi Barthes, denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan sistem signifikansi tingkat kedua. Denotasi dapat dikatakan merupakan makna yang objektif yang tetap, sedangkan konotasi merupakan makna subjektif dan bervariasi (Nawiroh, 2014: 28).

Tahap denotasi yang digunakan fotografer dalam mengambil gambar dari keseluruhan foto dilakukan secara alami tanpa adanya spesial efek atau editing yang berlebihan. Terlihat dalam foto-foto tersebut terdapat pesan langsung atau pesan tanpa kode (*a message without a* code) yang disampaikan kepada pembaca tanpa harus melakukan penafsiran. Makna denotasi dari setiap foto dapat dilihat oleh *spectator* (pembaca) atau yang melihat foto sesuai dengan yang dialami oleh objek yang terdapat dalam foto serta fotografer itu sendiri, dan disampaikan dalam pesan sosial.

Pesan sosial yakni sebuah simbol verbal atau non verbal yang digunakan masyarakat melaui media atau isyarat yang berhubungan dengan manusia atau masyarakat, baik berupa nilai atau makna yang digunakan sebagai tanda atau pertanda yang memiliki makna dan bersifat implisit atau tersembunyi (Amanata, 2021:48).

Pesan sosial yang terdapat dalam makna denotasi ini menceritakan aktivitas Pasar Mambunibuni yang mana pasarjini menjadi tempat bertemunya masyarakat gunung dengan masyarakat pesisir (pantai). Masyarakat gunung yang sebagaian besar beragama Nasrani akan bertemu dan bercengkerama dengan saudara-saudara mereka di pesisir yang sebagain besar beragama Islam. Itu bisa terlihat dari pakaian atau perhiasan yang mereka kenakan. Perempuan di pesisir biasanya mengenakan kerudung sedangkan masyarakat gunung biasanya mengenakan kalung dengan tanda salib.

Setiap masyarakat bisa dikatakan sebagai kelompok penerima cukup-informasi (*wellhinformed*), karena berbagai informasi yang diterima dari media lalu dirumuskan sesuai dengan tingkat predisposisinya. Informasi yang telah selesai diolah ini barulah kemudian saluran dari mulut ke mulut (*mouthfto mouth communication*) secara informal. Sehingga begitulah cara kerja pesan sosial yang bisa terjadi di masyarakat. (Sumadiria, 2019: 54-55)

Barter merupakan kegiatan tukar menukar barang atau jasa yang terjadi tanpa perantaraan uang. Tahap selanjutnya menghadapkan manusia pada kenyataan bahwa apa yang diproduksi sendiri tidak cukup untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk memperoleh barang-barang yang tidak dapat dihasilkan sendiri mereka mencari dari orang yang mau menukarkan barang yang dimilikinya dengan barang lain yang dibutuhkannya.

Makna denotasi dimaknai sebagai makna sesungguhnya. Melihat 13 foto cerita yang menjadi objek penelitian menceritakan tentang Pasar Mambunibuni. Fotografer menampilkan keadaan sebenarnya yang ada di pasar. Foto cerita yang ditampilkan ditampilkan secara jelas dan runtut. Menceritakan bagaimana suasana pasar yang hanya ada pada hari Sabtu. Pasar bagi masyarakat telah menjadi lembaga tidak resmi yang berfungsi sebagai alat pemersatu. Pasar bukan hanya sekadar simbol transaksi ekonomi tapi jadi tempat “reuni” mingguan masyarakat yang beragam. Kemudian, masyarakat yang ada di pasar tersebut merupakan masyarakat gunung dan laut. Lalu, barang-barang barter yang merupakan hasil bumi dari gunung dan laut.

Keseluruhan foto memiliki makna denotasi, karena tanda dalam foto-foto tersebut sesuai dengan hasil penglihatan. Hal tersebut sejalan dengan teori menurut Roland Barthes dalam buku Alex Sobur, yang menyatakan bahwa denotasi merupakan sistem signifikasi tahap pertama. Denotasi dimengerti sebagai makna harfiah, atau makna yang sesungguhnya. Denotasi merupakan makna paling nyata dari sebuah tanda dan merupakan hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), denotasi juga merupakan suatu hal yang memiliki esensi pada objek yang apa adanya (Sobur,2004:10).

Pesan sosial yang ditampilkan oleh foto cerita dilihat dari makna denotasi adalah tampaknya keberagaman. Kondisi tersebut ditampilkan dengan jelas pada Gambar 3.1, Gambar 3.2, dan Gambar 3.6. Kemudian, masih menjaga tradisi lokal yang ada di Kota Fakfak yaitu tradisi barter. Proses barter ditampilkan dalam Gambar 3.2, Gambar 3.3, dan Gambar 3.4. Proses barter tersebut dimaknai sebagai pemenuhan kebutuhan dari masing-masing masyarakat yang berasal dari gunung dan laut.

Maka peneliti mengambil kesimpulan makna denotasi yang terdapat pada foto cerita “Harmoni di Pasar Mambunibuni” menceritakan kepada pembaca bahwa di Kota Fakfak terdapat sebuah pasar yang masih melanggengkan tradisi leluhur setiap hari Sabtu. Pemenuhan kebutuhan dengan cara barter menjadi bentuk saling menghargai kebutuhan masing-masing masyarakat, karena tidak ada patokan harga mereka memiliki consensus sendiri dalam melakukan barter. Kemudian, masyarakat gunung dan masyarakat laut hadir di pasar mencerminkan keberagaman dan saling toleransi antar sesama.

Makna Konotasi

Makna konotasi dalam suatu foto muncul akibat adanya interaksi yang terjadi antara realitas sebenarnya (denotasi) dengan emosi dari penikmat foto.Tanda konotasi merupakan sebuah makna tambahan dari suatu foto, serta merupakan bagian kedua dari tanda denotatif yang menjadi landasan keberadaannya. Konotasi identik dengan operasi ideologi, biasa disebut mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Budiman, 2001:28 dalam Sobur, 2006:71).

Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem pemaknaan tataran kedua, yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sistem kedua ini oleh Barthes disebut dengan konotatif, yang dalam *Mythologies*-nya secara tegas ia bedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama (Sobur, 2009). Konotasi mempunyai makna yang subjektif dan bervariasi dapat dikatakan bahwa konotasi bagaimana menggambarkannya. Konotasi atau signifikansi pemaknaan tingkat kedua adalah mengungkapkan makna yang terkandung dalam tanda-tanda. Dalam signifikansi ini diyakini bahwa ada makna dibalik tersebut (Sobur 2013: 262).

Jika dalam pandangan Saussure menekankan penandaan hanya dalam tataran denotasi dan konotasi. Namun dalam pemikiran Barthes, penandaan itu disempurnakan dari semiologi Saussure dengan sistem penandaan konotatif dan mitos (Vera, 2014:27). Konotasi adalah istilah yang menunjukkan signifikasi tahap kedua. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang didalamnya beroprasi makna yang tidak langsung dan tidak pasti (Muzakki, 2007: 12-25).

Tahapan kedua dalam memahi foto cerita “Harmoni di Pasar Mambunibuni” karya Heru Sri Kumoro yaitu tahapan konotasi. Konotasi ialah bagian manusiawi dari proses pengambilan sebuah karya foto, yang mencakup atas seleksi apa yang masuk dalam bingkai *(frame*), fokus, rana, sudut pandang, kamera, mutu film dan seterusnya. Berbanding dengan denotasi yaitu apa yang difoto, sedangkan koonotasi adalah apa yang difotonya (Sobur, 2004: 69,118).

Analisis tahap konotasi menghubungkan petanda-petanda yang terdapat dalam foto dengan aspek kebudayaan secara umum. Tahap ini peneliti menganalisis foto jurnalistik yang mencerminkan adanya nilai-nilai pada tanda foto tersebut. Makna konotasi menggambarkan interaksi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca serta nilai-nilai kebudayaannya. Pada tahap kedua ini, peneliti menggunakan enam prosedur Roland Barthes guna mendapatkan analisa yang relevan. Enam prosedur Barthes yakni : *trick effect*, sikap (pose), objek, fotogenia, *aestheticism* (estetika), *Syntax* (sintaksis). Berikut adalah makna konotasi foto cerita “Harmoni di Pasar Mambunibuni”.

Dalam 13 foto yang dianalisis, tidak ada manipulasi foto atau trik efek yang dilakukan oleh fotografer. Hanya cropping digunakan pada Gambar 3.5 dan Gambar 3.9 untuk mendapatkan komposisi yang lebih baik. Mengenai pose, foto-foto tersebut menampilkan pengunjung pasar dalam berbagai aktivitas seperti berdiri, duduk, bercengkrama, tertawa, dan memegang barang yang akan ditukar. Objek dalam foto-foto tersebut bervariasi, mulai dari proses barter hingga hasil bumi yang dijual di Pasar Mambunibuni.

Dari segi *photogenia,* pencahayaan dalam semua foto diterangi oleh sinar matahari dan pengaturan kamera tampak normal. Pengambilan angle sebagian besar menggunakan angle sejajar dengan pandangan mata fotografer (*eye level*), kecuali beberapa yang menggunakan high angle untuk menyoroti objek yang sedang dilakukan.

Dalam aspek *estetika*, komposisi objek dan background seimbang, dan penggunaan lanskap dalam beberapa foto memberikan kesan luas dan fokus pada objek yang ditampilkan. Ukuran shot mencoba mencakup informasi yang sedang berlangsung, dan komposisi foto menciptakan fokus pada objek yang difoto.

Dalam hal *syntax*, setiap foto sesuai dengan judulnya dan menceritakan suasana atau aktivitas yang sesuai dengan deskripsinya. Dengan demikian, foto-foto tersebut berhasil mengkomunikasikan cerita yang sesuai dengan tema Pasar Mambunibun

Seorang fotografer dalam memotret sering kali memperhatikan pose, objek yang dipilih, logo, teknik, dan juga sejumlah manipulasi demi tercapainya apa yang hendak ditulisnya. Hal ini Menurut Sunardi, seringkali ditemukan dalam sejumlah media cetak, terlebih lagi pada iklan yang lebih menekankan kekuatan foto pada apek-aspek daya tariknya sebagai sarana persuasif yang sering kali memanfaatkan tema-tema keintiman, seks, kekhwatiran, dan idola (Budiman, 2004: 157-158).

Hal tersebut ditemukan juga pada foto-foto “Harmoni di Pasar Mambunibuni”. Tidak ditemukan *Trick effect* yang dilakukan oleh fotografer untuk keperluan pemberitaan, sehingga menjadikan foto yang dihasilkan memiliki makna lain dalam penafsirannya. Dalam menyampaikan pesan melalui sebuah foto, seseorang fotografer harus memahi komposisi foto tersebut, komposisi merupakan cara mengatur objek-obejek yang berada dalam foto. Komposisi tersebut nantinya akan menentukan apa yang menjadi *point of interest* atau pusat perhatian, dan sudut pandang yang menarik dalam foto (Rachmat, 2017: 34).

Unsur *estetika* pun tidak lepas dari pandangan fotografer sehingga foto yang diambil akan terlihat lebih menarik dan tidak monoton. Dari 13 foto yang diteliti, peneliti menganggap siapapun yang akan membaca ataupun melihat foto tersebut akan langsung tertuju pada aktivitas di Pasar Mambunibuni, karena secara tidak langung fotografer mengarahkan perhatian pada masyarakat gunung dan masyarkaat laut yang bertemu di Pasar Mambunibuni.

Peneliti melihat dari hasil foto cerita “Harmoni di Pasar Mambunibuni” lebih dominan menggunakan lensa *focal length* medium 20mm, hanya lima foto yang menggunakan lensa *focal length* semi *wide* 16mm. pemilihan lensa normal ini menggambaran normalitas keseharian di Pasar Mambunibuni. Pemilihan angle kebanyakan dari foto cerita ini adalah *eye level* itu menunjukkan bahwa fotografer dengan objek yang ada difoto sejajar kedudukannya.

Maka peneliti mengambil kesimpulan Pesan sosial dari foto cerita “Harmoni di Pasar Mambunibuni” ini ditinjau dari makna konotasi adalah tidak ada trick effect dari 13 foto yang menceritakan tentang Pasar Mambunibuni. Sikap atau pose pada keseluruhan foto menggambarkan realitas keseharian di pasar. Object dalam 13 foto tersebut peneliti jabarkan sesuai siapa dan apa saja yang ada dalam foto, masyarakat gunung, masyarakat laut, hasil bumi dari gunung, hasil bumi dari laut, moda transportasi masyarakat gunung, moda transportasi masyarakat laut, ciri-ciri fisik masyarakat laut dan ciri-ciri fisik masyarakat gunung. Photogenia dalam 13 foto peneliti jelaskan tentang bagaimana angle foto, *size shot*, pencahayaan. Sedangkan *estetika* dalam 13 foto peneliti uraikan terkait pemilihan lensa, komposisi foto, dan juga posisi kamera saat mengambil foto. *Syntax* pada 13 foto peneliti jelaskan sesuai apa yang tertera di foto.

Berdasarkan analisis makna konotasi tersebut, foto cerita yang dipublikasikan oleh *kompas.id* memberikan pemaknaan mendalam bahwa di era sekarang ini masih terdapat masyarakat yang menjalankan tradisi leluhur. Foto tersebut menggambarkan keadaan di pasar, bagaimana masyarakat gunung dan laut mendapatkan kebutuhannya dengan barter. Pencahayaan alami yang berasal dari terik matahari juga menggambarkan bahwa Pasar Mambunibuni hanya ada siang hari.

Makna Mitos

Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami berbagai aspek realitas dan gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu denotasi (Sobur, 2004:128). Mitos adalah sebuah sistem komunikasi yang dengan demikian adalah pesan. Mitos kemudian tidak mungkin menjadi objek, suatu konsep atau sebuah ide, karena mitos adalah mode penandaan yakni sebuah bentuk (Kurniawan, 2001:84).

Semiotika Roland Barthes menguraikan pemaknaan tanda dengan sistem pemaknaan tataran pertama atau denotasi, dan sistem tataran kedua atau konotasi. Adanya penafsiran makna antara denotasi dan konotasi terjadi karena adanya sebuah mitos (Sobur, 2013). Dalam kerangka Barthes, ada aspek lain dari penandaan yaitu ‘mitos’. Mitos yang dijelaskan Barthes bukanlah mitos dalam artian yang berkembang di masyarakat yang memiliki arti tahayul atau tidak masuk akal. Namun mitos Barthes adalah sebuah bahasa, mitos adalah sebuah pesan. Dikutip dari buku Semiotika Dalam Riset Komunikasi (Vera, 2014).

Mitos merupakan pemaknaan dari makna konotasi, pengembangan dan perluasan makna konotasi akan menjadikan sebuah mitos. Menurut Roland Barthes, konotasi identik dengan proses ideologi, yang disebutnya sebagai mitos, yang bekerja untuk mengungkapkan dan memberikan kebenaran bagi nilai-nilai yang berlaku di era tertentu. (Budiman M, 2001:28).

Mitologi atau mitos merupakan kumpulan cerita tradisional yang biasanya diceritakan secara dari generasi kegerasi di suatu bangsa atau rumpun bangsa. serta mensistematiskan menjadi sebuah struktur yang menceritakan semua mitos dalam semua versi berkaitan dengan kebudayaan yang melingkupinya serta berbagai tanggapan masyarakat tetang mitos tersebut (Wajidi, 2011:10)

Berikut adalah pembahasan mitos foto cerita jurnalistik yang berjudul “Harmoni di Pasar Mambunibuni” dalam laman *kompas.id*:

Dalam gambar 3.1, Pasar Mambunibuni tidak hanya sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai tempat reuni dan pertemuan antara masyarakat gunung dan laut. Gambar 3.2, 3.3, dan 3.4 menggambarkan Pasar Mambunibuni sebagai tempat barter yang mencerminkan keberagaman, termasuk pertukaran hasil bumi laut dan gunung seperti pisang dengan ikan asap.

Gambar 3.5 menunjukkan barang dagangan berasal dari laut karena ada ikan asap, dan orang yang memakai jilbab berasal dari laut. Gambar 3.6 menggambarkan Pasar Mambunibuni sebagai tempat yang menjual barang dari laut dan gunung.

Masyarakat gunung membawa hasil bumi seperti keladi, pisang, pinang, sirih, sagu, dan sayuran, sementara masyarakat pesisir membawa ikan segar, ikan asap, kepiting, kerang, dan hasil laut lainnya. Gambar 3.7 menunjukkan bahwa sagu kering, produk dari gunung, juga dijual di pasar.

Gambar 3.8 menunjukkan masyarakat gunung membawa hasil lahan seperti singkong, pisang, cabai, dan pisang untuk ditukar dengan hasil laut di pasar, menunjukkan bahwa barter didasarkan pada kebutuhan. Gambar 3.9 menunjukkan masyarakat laut juga membawa hasil lahan mereka ke pasar.

Gambar 3.10 dan 3.11 menggambarkan perbedaan dalam cara orang dari gunung dan laut datang dan pulang dari pasar, baik dengan berjalan kaki atau menggunakan mobil. Gambar 3.12 dan 3.13 menunjukkan bahwa masyarakat laut biasanya menggunakan perahu untuk datang dan pulang dari Pasar Mambunibuni.

Pasar mambunibuni adalah pasar yang menjaga persaudaran orang gunung dan pantai. Orang gunung penghasil sayur dan butuh ikan. Orang pantai penangkap ikan dan butuh sayur. Mereka saling menjaga persaudaraan dengan saling menyediakan hasil bumi terbaik dalam pasar barter Mambunibuni. Dengan transaksi barter ini mereka saling melengkapi kebutuhan sehari-hari sambal menjaga silaturahmi.

Di era yang sudah sangat maju seperti ini, masyarakat lokal tetap mempertahankan sistem barter bukan tanpa alasan. Mereka tetap menjaga sistem barter agar saling bertemu walaupun hanya hari Sabtu. Mereka bertemu untuk saling menghidupkan satu sama lain. Uniknya, kegiata barter dilakukan dengan ketentuan waktu yaitu pukul 09.00 waktu setempat, apabila diluar waktu tersebut barter tidak dapat dilakukan. Hal ini guna menjaga ketertiban dan saling menghargai.

Kemudian, menjadi mitos dalam foto cerita jurnalistik “Harmoni di Pasar Mambunibuni” ini adalah tidak adanya patokan mengenai kualitas dan kuantitas barang yang dibarter. Hal ini dapat dilihat dari gambar 3.2, gambar 3.3, dan gambar 3.4. Semua pedagang mengukur nilai hasil bumi dan kebutuhan sehari-hari. Unsur kepercayaan dan kekeluargaan menjadi asas yang melandasi pertukaran tersebut.

Menurut Dudi dan Rini dalam buku Mitos Jurnalisme, mitos merupakan cara untuk memahami suatu objek, konsep, atau gagasan. Mitos juga merupakan metode pertandaan dari suatu bentuk. Mitos dapat direpresentasikan sesuai dengan pandangan intelektual dan kritis mengenai sesuatu (Solehudin , 2012:45),.

PENUTUP

Berdasarkan 13 foto cerita karya Heru Sri Kumoro berjudul “Harmoni di Pasar Mambunibuni” yang di laman *kompas.id* yang telah dianalisis oleh peneliti, ditemukan kesimpulan mengenai tahapan denotasi, konotasi, dan mitos. Maka peneliti menarik kesimpulan, yaitu:

Makna denotasi dalam foto cerita "Harmoni di Pasar Mambunibuni" mengacu pada penggambaran langsung tentang keadaan pasar, proses barter, keberagaman masyarakat gunung dan laut, serta tradisi lokal yang masih berlangsung. Foto-foto tersebut berkomunikasi dengan jelas dan langsung, tanpa perlu penafsiran tambahan, menggambarkan pasar sebagai tempat yang menjalankan tradisi leluhur dengan cara barter, menunjukkan saling menghargai kebutuhan antar masyarakat yang beragam, baik dari gunung maupun laut. Makna denotasi ini menggambarkan keberagaman, saling toleransi, dan pemenuhan kebutuhan yang khas bagi masyarakat Kota Fakfak serta peran pasar sebagai alat pemersatu dalam komunitas tersebut.

Makna konotasi dalam foto cerita ini mencerminkan aktivitas sehari-hari di Pasar Mambunibuni dengan beragam sikap dan objek yang mencerminkan kebudayaan lokal. Penggunaan pencahayaan alami menciptakan suasana autentik, dan unsur estetika serta sintaksis dalam komposisi foto memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Makna konotasi ini mengkomunikasikan pesan sosial yang mendalam tentang keberlanjutan tradisi leluhur di Pasar Mambunibuni, di mana masyarakat gunung dan laut masih menjalankan praktik barter untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pencahayaan alami yang hanya ada pada siang hari juga memberikan konteks waktu yang penting dalam pesan yang disampaikan oleh foto-foto ini. Keseluruhan, foto cerita ini berhasil menggambarkan dengan baik kehidupan dan budaya di Pasar Mambunibuni pada era modern.

Makna mitos dalam konteks foto cerita ini mencerminkan pasar sebagai mitos yang menggambarkan harmoni antara masyarakat gunung dan laut, menjaga persaudaraan melalui sistem barter, tanpa patokan kualitas atau kuantitas barang, namun didasarkan pada unsur kepercayaan dan kekeluargaan. Mitos ini juga menunjukkan bagaimana masyarakat lokal mempertahankan tradisi barter mereka dalam era modern untuk menjaga pertemuan dan silaturahmi mereka. Dengan demikian, pasar ini menjadi simbol budaya dan komunikasi yang kuat dalam masyarakat, menjelaskan aspek realitas dan alam sekitarnya serta menggambarkan nilai-nilai yang dipegang oleh komunitas tersebut.

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi masukan, pertama: Kepada para akademisi yang akan melakukan penelitian serupa, perlu memahami foto secara menyeluruh, melibatkan elemen-elemen seperti tanda, symbol, warna, bentuk, kualitas foto, gaya pengambilan angle, tekstur, dan lainnya, untuk mencapai kesimpulan yang jelas dan pesan yang signifikan. Kedua: Untuk foto cerita karya Heru Sri Kumoro, saran untuk meningkatkan kualitas pencahayaan dan mempertajam komposisi warna.

DAFTAR PUSTAKA

Abdulraahman, N. (2014). *Analisis semiotika terhadap foto jurnalistik tentang sikap wartawan pers (penelitiandpada rubrik “bandung metro” Bandung newsphoto.com edisi 1 Februari 28 Februari 2014)*. Skripsi. Bandung: Universitas IslammNegeri SunanvGunung Djati Bandung.

Amanata, Z. P. (2021). *Pesan-pesan Sosial pada Pameran Foto Jurnalistik T(h)UMAN (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Pameran Foto oleh Komunitas Photo’s Speak UIN Bandung*). Skripsi. Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Astuti, D. R., Aziz, A., & Fuad, A. (2020). *Analisa Pengelolaan Kampanye Public Relations tentang Pencegahan Covid-19 di Indonesia*. Digital Library.

Budiman, K. (2004). *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Buku Baik dan Yayasan Seni Cemeti.

Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Budiman, M. (2001). *Semiotika dalam Tafsir Sastra: Antara Riffaterre dan Barthes*. Bahan Pelatihan Semiotika, 20-31.

Fiske, J. (2007). *Culture and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.

Herlina, Y. (2009). *Komposisi Dalam Seni Fotografi.* Skripsi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Iskandar, D. S., & Lestari, R. (2016). *Mitos Jurnalisme*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland Barthes.* Magelang: Yayasan Indonesiatera.

Kusmarini, Y. (2006). *Serba-serbi Semiotika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.

Maulana, F. (2021). *Liputan Foto Jurnalistik Story: Pemahaman Wartawan Foto Harian Republika dalam Pembuatan Photostory Jurnalistik*. Skripsi. Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Muzakki, Akhmad, (2007), *Kontribusi Semiotika dalam Memahami Bahasa Agama*, UIN Malang Press, Malang.

Rachmat, I.A. (2017). *Modul Fotografi Jurnalistik*.Jakarta: Fikom Esa Unggul.

Sobur, A. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi, Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sobur, Alex. (2013). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia

Solehudin, M. (2012). *Analisis Jurnalistik Foto Berita Spot Newspersib Di Harian Sindo Edisi Jawa Barat*. Skripsi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Solihin., Wibawa., & Darsono. (2018). *Persepsi Wartawan Foto Bandung (WFB) tentang Pengalaman Peliputan Peristiwa Kerusuhan,* Ilmu Jurnalistik, Volume 3, Nomor 4, 57-76.

Sumadiria, H. (2019). *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Syukron, D., Afrilla, N., & Prasety, T. (2013). Analisa Foto Jurnalistik Majalah Travel Xpose. Skripsi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Taufik, Gina. (2010). *Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Foto Jurnalistik Tentang Hak Asasi Manusia pada Majalah Tempo Edisi 7 Juni - 11 Juni 2010*. Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wajidi. (2011). *Akulturasi Budaya Banjar di Banua Halat*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.