

KONSTRUKSI *FANTASY MOTIVATION* PADA MEDIA

**Majalah dan *Website*
National Geographic Indonesia**

TESIS

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Magister dari
Institut Teknologi Bandung**

Oleh

RATIH MAHARDIKA

NIM : 27110026

Program Studi Magister Desain



**INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG
2012**

**KONSTRUKSI *FANTASY MOTIVATION* FOTOGRAFI PADA MEDIA
MAJALAH DAN *WEBSITE*
NATIONAL GEOGRAPHIC INDONESIA**

**Oleh
RATHI MAHARDIKA
NIM : 27110026**

Program Studi Magister Desain
Institut Teknologi Bandung

Menyetujui
Tim Pembimbing

Tanggal.....

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ruly Darmawan, M.Sn.

Hendy Hertiasa, S.Sn, M.I.Kom.

ABSTRAK

Konstruksi *Fantasy Motivation* Fotografi Pada Media Majalah Dan *Website* National Geographic Indonesia

Oleh
Ratih Mahardika
NIM : 27110026

National Geographic Indonesia (NGI) adalah salah satu media yang menyampaikan informasi dengan menampilkan informasi dalam bentuk visual, diantaranya : ilustrasi, *digital imaging*, dan juga foto. Akan tetapi yang paling mendominasi secara visual adalah foto. Foto adalah gambar yang tidak bergerak yang mampu menggerakkan fantasi pembaca. Kehadiran foto dalam media dapat menimbulkan sebuah interaktivitas bagi pembaca dan terkait dengan emosi pembaca. Akan tetapi eksistensi foto bergantung pada bentuk dari media itu sendiri serta kehadiran informasi tekstual yang mendukung. Sajian foto-foto dalam media NGI menjadi “wisata imajinasi” yang dapat memicu *fantasy motivation*. *Fantasy motivation* dapat dihubungkan dengan berbagai hal bergantung pada apa yang difantasikan pembaca.

Berdasarkan uraian diatas, tujuan pokok dari penelitian ini adalah untuk Memahami eksistensi fotografi dalam sebuah teks media dalam hubungannya dengan pengkonstruksian *fantasy motivation* pembaca. Kemudian penelitian ini diharapkan juga mampu menunjukkan bahwa media NGI melalui informasi visualnya, khususnya fotografi, mampu menggerakkan emosi dan fantasi pembaca. Penelitian ini dilakukan dengan memilih metode kualitatif dengan pendekatan interpretatif, di mana dalam cara penyampaiannya menggunakan cara deskriptif analitis dengan studi perbandingan (komparasi). Objek kajian yang dipilih adalah National Geographic Indonesia yang dibatasi pada pemberitaan *Titanic Tersingkap* yang terdapat pada NGI edisi April 2012. Dan bentuk media dibatasi pada edisi majalah dan *website* saja.

Dari penelitian ini diketahui bahwa bahwa informasi yang disajikan dan dikemas oleh NGI merupakan bentuk usaha NGI dalam menjadikan sebuah realitas (kenyataan) dan peristiwa dalam kehidupan menjadi suatu informasi yang dapat dianggap penting (*punctum*) oleh pembaca. Di mana pembingkaiannya representasi realitas atau peristiwa yang disajikan dengan cara me-metonimi-kan realitas atau peristiwa tersebut yaitu dengan tidak menampilkan realitas atau peristiwa dalam foto secara utuh. Pada majalah NGI, realitas atau peristiwa tidak ditampilkan secara utuh akan tetapi cukup dengan bagian-bagian tertentu dari realitas atau peristiwa itu sendiri. Sedangkan pada *website* NGI, dengan menampilkan satu foto saja sudah cukup mewakili. Kondisi tersebut menunjukkan adanya terjadi proses personifikasi pada emosi, fantasi, dan motivasi pembaca media NGI yang sebenarnya merupakan konstruksi dari *fantasy motivation* itu sendiri.

Kata kunci : majalah, *website*, National Geographic Indonesia, fotografi, *fantasy motivation*.

ABSTRACT

The Construction Of Photography Fantasy Motivation On Media Magazine And Website National Geographic Indonesia

By
Ratih Mahardika
NIM : 27110026

National Geographic Indonesia (NGI) is a media that delivers information by presenting facts and news visually, such as: illustration, digital imaging, and photo. However, photo is the most common form used. Photo is a still image which is able to actuate the fantasy of the readers. The presence of photo in a media may cause an interactivity and emotion of the readers. However, the existence of a photo is dependant on the form of the media itself and textual information available. The presence of photos in the NGI has become an “imagination tourism” which may raise fantasy motivation. Fantasy motivation can be related to many aspects which relies on the things have been fantasied by the readers.

According to above description, the main objective of this study is to understand the existence of photography of a textual type media and its relation to construct fantasy motivation of the readers. It is also expected that this study is able to present that NGI through its visual information (particularly photography) has an ability to encourage the emotion and fantasy of the readers. This research was carried out by employing qualitative method with interpretation approach, and analytical descriptive as a way of explaining with comparison study,. The object is NGI which is limited on Titanic Tersingkap (Discovered Titanic) edition that was published in April 2012. Only magazine and website as form of media of NGI was studied.

This study found that information presented and packaged by NGI is an effort to makes a reality and scenes become evident or very important (punctum) for readers. The representation of the reality or scenes is delivered by metonymizing the information. The image of reality or scenes is not presented completely where in the magazine only certain parts of the photos are displayed whereas in the website only a photo exposed. This may lead to personification of emotion, fantasy, and motivation of the readers. Thus, this condition can be defined as the construction of fantasy motivation.

Key words: *magazine, website, National Geographic Indonesia, photography, fantasy motivation.*

PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS

Tesis S2 yang tidak dipublikasikan terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Institut Teknologi Bandung dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada pengarang dengan mengikuti aturan HAKI yang berlaku di Institut Teknologi Bandung. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau peringkasan hanya dapat dilakukan seizin pengarang dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh tesis haruslah seizin Direktur Program Pascasarjana, Institut Teknologi Bandung.

Didedikasikan untuk:

“
Suami tercinta, Djoko Julianto, S.T, M.Eng.
Putra tercinta, Abyan Oldrich Kusumawardana “ODY”
Kedua Orang Tua yang saya banggakan dan Adik tersayang

(terima kasih untuk nama ku yang selalu disebut dalam setiap doa kalian)

serta semua orang yang telah hadir dalam hidup saya ”

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji bagi Allah SWT, atas segala limpahan nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan segala kemudahan dan keyakinan dalam menyelesaikan penulisan tesis ini. Tesis yang disusun ini merupakan syarat kelulusan pada Program Magister Desain, Program Pascasarjana, Institut Teknologi Bandung.

Penulis menyadari bahwa mulai dari proses penelitian hingga penyusunan akhir tesis ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, atensi, dukungan yang sangat bermanfaat. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Ruly Darmawan, M.Sn. , selaku pembimbing I
2. Hendy Hertiasa, S.Sn, M.I.Kom. , selaku pembimbing II
3. Dody Ahmad, S.Sn, M.Si. , selaku *reader*
4. Dr. Yasraf Amir Piliang, MA., selaku penguji
5. Staff karyawan dan perpustakaan FSRD ITB
6. Rekan-rekan mahasiswa Pascasarjana Desain angkatan 2010
7. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu demi satu

Akhir kata, penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi dan dapat diambil manfaatnya. Namun demikian penulis pun menyadari bahwa penelitian yang dilakukan ini masih dapat disempurnakan lebih jauh lagi. Oleh karena itu, setiap kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan tangan terbuka.

Bandung, 13 Agustus 2012

Ratih Mahardika

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS.....	iv
HALAMAN DEDIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	3
I.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	4
I.4 Tujuan Penelitian.....	5
I.5 Kegunaan Penelitian.....	5
I.6 Metode Penelitian.....	6
I.6.1 Rancangan Penelitian	7
I.7 Sistematika Penulisan Tesis	7
I.8 Kerangka Pemikiran	9
BAB II FOTOGRAFI, FANTASI, DAN MOTIVASI.....	10
II.1 Pendahuluan	10
II.2 Media dan Elemen Penting dalam Perancangannya	10
II.2.1 Formasi <i>Layout</i> Pembentuk Media	11
II.3 Fotografi	13
II.3.1 Bahasa Fotografi	14
II.3.2 Fotografi dalam Media.....	21
II.3.3 Fotografi dan Emosi.....	26
II.3.4 Fotografi dan Ilustrasi	27
II.4 <i>Fantasy Motivation</i>	28
II.4.1 Fantasi dalam Media	30
II.4.2 Fantasi dan Fotografi.....	30
BAB III NGI DAN KEMASAN BERITA TENTANG <i>TITANIC</i>.....	32
III.1 Sejarah Singkat.....	32
III.2 Segementasi.....	34
III.3 Konsep ‘Keindahan’ Fotografi pada NG	35
III.4 Identifikasi NGI.....	36
III.4.1 Majalah NGI.....	37
III.4.2 <i>Website</i> NGI.....	42
III.5 Kemasan Berita : Dialektika Tektual dan Visual (Studi Kasus : Berita <i>Titanic</i>)	45

III.5.1	Majalah NGI.....	45
III.5.2	Website NGI.....	51
BAB IV	ANALISA PENGEMASAN BERITA <i>TITANIC TERSINGKAP</i>	
	DALAM MEDIA NGI (MAJALAH DAN WEBSITE).....	54
IV.1	Media NGI dan tema <i>Titanic</i> dalam Perancangannya.....	54
IV.1	<i>Titanic</i> dalam Majalah NGI	54
IV.2	<i>Titanic</i> dalam Website NGI.....	57
IV.2	Sajian Foto dan Pengemasan Berita	58
IV.3	Sajian Foto dalam Majalah NGI.....	56
IV.4	Sajian Foto dalam Website NGI	80
IV.5	Kemasan Berita <i>Titanic</i> pada Majalah NGI	83
IV.6	Kemasan Berita <i>Titanic</i> pada Website NGI.....	87
IV.7	Hasil Analisis	93
IV.8	Hubungan antara Sajian Foto dan Kemasan Berita terhadap Konstruksi <i>Fantasy Motivation</i>	94
BAB V	PENUTUP	98
V.1	Kesimpulan.....	98
V.2	Rekomendasi	99
	DAFTAR PUSTAKA	101
	LAMPIRAN.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Kerangka Pemikiran	9
Gambar II.1	Anatomi halaman majalah	12
Gambar II.2	Contoh desain <i>layout wesbite</i> yang sering dipakai.....	13
Gambar II.3	Bahasa ekspresi dalam sebuah foto.....	15
Gambar II.4	Bahasa isyarat dalam sebuah foto	15
Gambar II.5	Bahasa tindakan jenis <i>visible</i> dalam sebuah foto.....	16
Gambar II.6	Bahasa tindakan jenis <i>non visible</i> dalam sebuah foto.....	16
Gambar II.7	<i>High key</i> dalam sebuah foto	19
Gambar II.8	<i>Low key</i> dalam sebuah foto	19
Gambar II.9	Sebuah foto yang menampilkan suatu konteks	20
Gambar II.10	Foto yang mediskripsikann sebuah objek.....	21
Gambar II.11	Barthes's Dialectics.....	27
Gambar III.1	Logo NGS.....	32
Gambar III.2	<i>Timeline</i> NGI dengan berbagai perubahan bentuk medianya	34
Gambar III.3	<i>Logotype</i> majalah NGI	36
Gambar III.4	<i>logotype website</i> NGI yang menggunakan <i>logogram</i> dalam beberapa varian bentuk.	37
Gambar III.5	Interaktivitas sampul majalah NGI edisi April 2012 dengan tema <i>Titanic</i>	38
Gambar III.6	Interaktivitas halaman daftar isi majalah NGI edisi April 2012	39
Gambar III.7	Contoh beberapa sampul majalah NGI yang telah diterbitkan pada tahun 2012.	40
Gambar III.8	Urutan emphasis pada majalah NGI.....	41
Gambar III.9	Interaktivitas website NGI.....	43
Gambar III.10	<i>Mapping</i> Interaktivitas <i>website</i> NGI	44
Gambar III.11	Tampilan halaman 68-75 majalah NGI yang memuat artikel <i>Titanic Tersingkap</i>	45
Gambar III.12	Tampilan halaman 76-79 majalah NGI yang memuat artikel <i>Titanic Tersingkap</i>	46
Gambar III.13	Tampilan halaman 80-83 majalah NGI yang memuat artikel <i>Titanic Tersingkap</i>	47
Gambar III.14	Tampilan halaman 84-87 majalah NGI yang memuat artikel <i>Titanic Tersingkap</i>	47
Gambar III.15	Tampilan halaman 88-93 majalah NGI yang memuat artikel <i>Titanic Tersingkap</i>	48
Gambar III.16	Tampilan halaman 94-99 majalah NGI yang memuat artikel <i>Titanic Tersingkap</i>	49
Gambar III.17	Bonus majalah NGI edisi April 2012	

	(poster berwarna dua sisi).....	50
Gambar III.18	Foto yang dipakai dalam artikel yang disajikan dalam <i>website</i> NGI edisi April 2012.....	51
Gambar III.19	Tampilan halaman artikel <i>Titanic Tersingkap</i> pada <i>website</i> NGI edisi April 2012.....	52
Gambar III.20	Tampilan indeks <i>feature</i> berita terbaru pada <i>website</i> NGI yang menunjukkan berita <i>Titanic</i>	53
Gambar IV.1	Halaman sampul dan halaman daftar isi dari majalah NGI edisi April 2012	55
Gambar IV.2	Poster sisi A (atas) dan sisi B (bawah) dari majalah NGI edisi April 2012	56
Gambar IV.3	Tampilan visual berita <i>Titanic Tersingkap</i> dan foto pendukungnya.....	57
Gambar IV.4	Identifikasi foto jurnalistik dan foto desain yang disajikan dalam majalah NGI edisi April 2012 dengan judul artikel <i>Titanic Tersingkap</i>	59
Gambar IV.5	Halaman : 68-69 dari majalah NGI edisi April 2012	60
Gambar IV.6	Formula <i>layout</i> halaman : 68-69 dari majalah NGI edisi April 2012	61
Gambar IV.7	Foto lubang jendela pada halaman judul	62
Gambar IV.8	Halaman : 70-71 dari majalah NGI edisi April 2012	64
Gambar IV.9	Halaman : 72-73 dari majalah NGI edisi April 2012	65
Gambar IV.10	Halaman : 74-75 dari majalah NGI edisi April 2012	67
Gambar IV.11	Halaman : 76-77 dari majalah NGI edisi April 2012	68
Gambar IV.12	Halaman : 78-79 dari majalah NGI edisi April 2012	70
Gambar IV.13	Halaman : 80-81 (atas) dan halaman : 82-83 (bawah) dari majalah NGI edisi April 2012.....	71
Gambar IV.14	Halaman : 84-85 dari majalah NGI edisi April 2012	73
Gambar IV.15	Halaman : 86-87 dari majalah NGI edisi April 2012	74
Gambar IV.16	Halaman : 88-89 dari majalah NGI edisi April 2012	75
Gambar IV.17	Halaman : 90-91 dari majalah NGI edisi April 2012	76
Gambar IV.18	Halaman : 92-93 dari majalah NGI edisi April 2012	77
Gambar IV.19	Halaman : 94-95 (atas) dan halaman : 96-97 (bawah) dari majalah NGI edisi April 2012	78
Gambar IV.20	Halaman : 98-99 dari majalah NGI edisi April 2012	79
Gambar IV.21	Satu-satunya foto yang ditampilkan dalam <i>website</i> NGI edisi April 2012	81
Gambar IV.22	Tampilan artikel <i>Titanic Tersingkap</i> dalam <i>website</i> NGI edisi April 2012	82
Gambar IV.23	Pembabakan artikel <i>Titanic Tersingkap</i> dalam majalah NGI edisi April 2012	84

Gambar IV.24	Data komposisi informasi tekstual, informasi visual, <i>balance proportion</i> , dan <i>emotion</i> pada artikel <i>Titanic Tersingkap</i> dalam majalah NGI edisi April 2012.....	88
Gambar IV.25	<i>Flow</i> emosi pengemasan berita pada artikel <i>Titanic Tersingkap</i> dalam majalah NGI edisi April 2012.....	89
Gambar IV.26	Tampilan tujuh halaman sesi dari artikel <i>Titanic Tersingkap</i> dalam <i>website</i> NGI.....	90
Gambar IV.27	Komposisi <i>layout website</i> NGI pada artikel <i>Titanic Tersingkap</i>	91
Gambar IV.28	Komposisi informasi tekstual dan informasi visual dalam <i>website</i> NGI pada artikel <i>Titanic Tersingkap</i> (sumber: Data Diolah, 2012).....	92
Gambar IV.27	Bagan analisis hubungan antara sajian foto dan kemasan Berita terhadap konstruksi <i>fantasy motivation</i>	96

DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Spesifikasi Majalah NGI	38
-------------	-------------------------------	----

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

National Geographic Indonesia (NGI) merupakan salah satu media yang memiliki karakteristik khusus baik dari segi isu-isu yang diinformasikan maupun kualitas tampilan visualnya. Karakteristik-karakteristik tersebut menjadikan NGI memiliki tempat khusus di beberapa kalangan masyarakat Indonesia. Terbukti majalah-majalah Indonesia yang hadir sebelumnya yang juga menginformasikan lingkungan, sejarah, dan budaya seperti: *Pancaroba*, *Suara Alam*, *Voice of Nature*, *Ozon*, *Krakatau* (tampilan fisiknya seperti NGI), serta *Tabloid Mutiara*, semuanya tenggelam dan tidak ada peminat dikarenakan kurang menariknya tampilan fisik dari majalah-majalah tersebut. Mangunjaya (2008, h. 8-9) menyebutkan bahwa ketika Indonesia *booming* dengan puluhan majalah hiburan impor *franchise* yang kemudian dialihbahasakan dan diterbitkan ke dalam bahasa Indonesia, maka NGI muncul untuk mengisi kekosongan dengan menawarkan konten dengan kualitas visual yang sangat sempurna. Sehingga NGI tidak hanya menjadi bahan bacaan saja tetapi juga menjadi “wisata imajinasi” bagi pembacanya. Wisata imajinasi yang dimaksud adalah dimana sebuah objek mampu membuat orang menjadi tertarik untuk melihat secara lebih mendalam sehingga secara tidak sadar pembaca menjadi akrab dengan objek tersebut.

Kondisi tersebut menjadikan NGI memiliki pasar tersendiri, jika di lihat dari dunia pasar Indonesia, NGI memiliki dua kekuatan yaitu *Unique Selling Point* (USP) dan *Emotional Selling Point* (ESP). Beberapa poin USP yang harus dimiliki sebuah produk adalah *different* dan *valued* (Clarity Marketing Ltd, 2005). NGI dapat disebut sebagai majalah yang tampil *different* karena memiliki karakteristik yang menjadi salah satu kekuatan dalam meraih pasar yaitu informasi dalam bentuk visual yang ditampilkan melalui foto, ilustrasi, dan *digital imaging* dalam setiap edisinya yang menjadikan majalah ini menarik untuk diteliti. Khususnya pada foto, NGI memiliki konsep tersendiri sehingga kualitas foto yang *eksklusif* dan sangat bagus, serta sudut pandang (*angle*) yang dihasilkan

oleh fotografer NGI seringkali belum pernah dilakukan oleh fotografer media lain. Kondisi tersebut membuat NGI memiliki identitas yang berbeda dari media yang lain. Kekuatan tampilan foto yang disertai dengan informasi-informasi yang selalu konsisten dengan perkembangan budaya, sejarah, ilmu pengetahuan, penelitian, dan alam, menjadikan informasi yang disuguhkan oleh NGI memiliki 'nilai' dan menjadikan NGI sebagai sumber informasi yang berharga (*valued*).

Sedangkan pada sisi ESP, sebuah produk memiliki *emotional elements* yang sangat kuat sehingga *customer* tidak dapat melepaskan diri dari suatu produk (Clarity Marketing Ltd, 2005). *Emotional elements* yang terdapat dalam media, diantaranya adalah elemen teks dan elemen visual. Salah satu elemen visual NGI yang berpengaruh pada emosi pembaca adalah sajian foto-foto yang berkualitas tinggi hasil rekaman para fotografer kelas dunia (McCurry dalam Rustan (2008, h. 55). Fotografi Selalu Menjadi Andalan Pada Surat Kabar Atau Majalah Untuk Menampilkan Berita-Berita Dan Informasi Seaktual Mungkin Dan Seakurat Mungkin. Di setiap edisi, NGI selalu menampilkan foto tentang tempat atau situasi yang sama sekali belum pernah di informasikan oleh media lain. Penggunaan foto oleh NGI untuk menyentuh sisi emosi pembaca dan bertujuan untuk menimbulkan fantasi tersendiri bagi para pembacanya. Fantasi tersebut merupakan bentuk sikap atau tanggapan pembaca terhadap sebuah produk yang dapat memicu sebuah motivasi. Oleh karena itu, foto-foto yang ditampilkan oleh NGI dapat dikategorikan sebagai *fantasy motivation* karena sangat memungkinkan dalam memotivasi pembacanya untuk berfantasi pada tempat atau situasi yang di informasikan tersebut (Forum NGI, 2011). Fantasi tersebut merupakan bentuk sikap atau tanggapan pembaca terhadap sebuah produk yang dapat memicu sebuah motivasi. Oleh karena itu, foto-foto yang ditampilkan oleh NGI dapat dikategorikan sebagai *fantasy motivation* karena sangat memungkinkan dalam memotivasi pembacanya untuk berfantasi pada tempat atau situasi yang di informasikan tersebut (Forum NGI, 2011).

Media pada umumnya memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan berita, salah satunya dengan menyajikan berita-berita yang sangat fenomenal yang

menginformasikan tentang sebuah bencana, tragedi atau kejadian yang luar biasa dan menjadi sebuah daya tarik tersendiri (Oetama, 2004, h.30). Salah satu tragedi yang sudah lama terjadi yang masih saja diingat dan menjadi misteri bagi semua orang adalah tragedi *Titanic*. Kisah *Titanic* merupakan kisah yang spektakuler. Sampai saat ini kisahnya masih menyedot banyak perhatian, diawali dengan munculnya film *A Night to Remember* (1958) dan film *Titanic* (1997) yang kemudian dikeluarkan kembali dengan versi 3D (2012). Fenomena *Titanic* seakan tiada henti dan misteri tersebut telah berlangsung selama 100 tahun sejak kapal tersebut tenggelam. Pemberitaan yang berkaitan dengan *Titanic* telah dilakukan oleh banyak media luar negeri sejak pertama kali diketahui kapal tersebut tenggelam pada tahun 1912 diantaranya : *The New York Herald*, *The New York Times*, *The Times Dispatch*, *The News Leader*, dan *Baltimore American*. Sedangkan di Indonesia beberapa media baik cetak dan digital juga mempublikasikan berita yang berkaitan dengan peringatan 100 tahun *Titanic*. Khusus pada media cetak terdapat beberapa majalah yang juga menampilkan berita tersebut salah satunya adalah NGI.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, maka permasalahan dapat dirumuskan bahwa kehadiran foto pada media dapat menimbulkan sebuah interaktivitas khusus bagi pembaca. Interaktivitas yang dimaksud bukan berupa medium, tetapi suatu kondisi yang memungkinkan pembaca untuk ‘masuk’ ke dalam informasi sehingga informasi tersebut dapat lebih berarti dan dapat memberikan ‘kesenangan’ bagi pembaca yang sangat berkaitan dengan emosi dan fantasi pembaca.

Dalam pengkondisian emosi dan fantasi pembaca, Barthes (1980) menyebut bahwa adanya *studium* dan *punctum* pada setiap foto. Dualitas *studium* dan *punctum* lebih menyangkut pada permasalahan ‘perasaan’, ‘pengalaman’, dan ‘ukuran’ dari setiap pemandangan yang tidak bisa dihadirkan oleh sang fotografer. Foto sebagai gambar yang tidak bergerak akan tetapi hadir untuk membius dan

menggerakkan ‘sesuatu hal’ dengan bebas yang ada di dalam diri si pemandang dan bahkan seolah-olah mengajak ‘keluar’ dari pikiran si pemandang. Oleh karena itu, terdapat anggapan penulis bahwa sebuah foto mampu menggerakkan fantasi seseorang.

Selain itu pengkondisian *fantasy motivation* (motivasi karena fantasi) dalam hal ini dapat dihubungkan dengan berbagai hal bergantung pada apa yang difantasi oleh masing-masing pembaca media NGI. Media NGI memiliki beberapa bentuk publikasi baik cetak maupun digital. Dalam media cetak (majalah), informasi yang disampaikan dalam dua bentuk yaitu tekstual dan visual, begitu juga dalam media digital (*website*). Bentuk media sendiri juga akan membawa pengaruh tersendiri dalam pengemasan berita, khususnya pada eksistensi foto itu sendiri. Oleh karena itu, pengkajian kemasan berita dan representasi foto dalam media NGI terhadap konstruksi *fantasy motivation* pembaca menjadi rumusan masalah yang melandasi penelitian ini.

Berdasarkan uraian singkat tersebut, maka dalam penelitian ini disusun pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku media NGI dalam mengemas berita khususnya dialektika antara visual dan tekstual ?
2. Bagaimana upaya NGI mengkonstruksi *fantasy motivation* melalui representasi foto (foto jurnalistik dan foto desain) yang terdapat di dalam bentuk media cetak (majalah) dan media *online (website)* nya?

I.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Sesuai dengan judul tesis yang disusun ini, yaitu Konstruksi *Fantasy Motivation* Fotografi pada Media Majalah dan *Website* National Geographic Indonesia, maka dapat diuraikan beberapa kata kunci, yaitu:

1. Fotografi
2. Media Majalah NGI
3. Media *Website* NGI

Pembahasan penelitian ini akan difokuskan pada NGI edisi April 2012 yang bertemakan tentang *Titanic*, dengan mengambil satu *sample* rubrik artikel yang berjudul *Titanic Tersingkap*. Sesuai dengan judul tesis ini, maka bentuk publikasi media NGI yang dipilih adalah majalah dan *website*. Pemilihan bentuk media tersebut berdasarkan hasil kuesioner pendukung (merujuk pada daftar lampiran halaman 104) di mana majalah dan *website* adalah dua bentuk media yang *familiar* dengan responden (majalah=37,18%, *website*=29,4%, keduanya=32,4%, dan lainnya=0,02%). Informasi visual yang ada pada NGI terdapat berbagai jenis (ilustrasi, *digital imaging*, dan fotografi), akan tetapi yang difokuskan dalam penelitian ini hanya pada fotografi saja. Persoalan fotografi juga akan dibahas hanya dalam lingkup foto jurnalistik dan foto desain yang ada dalam majalah dan *website* NGI.

I.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Memahami eksistensi fotografi dalam sebuah teks media dalam hubungannya dengan pengkonstruksian *fantasy motivation* pembaca
2. Menunjukkan bahwa media NGI melalui informasi visualnya, khususnya fotografi, mampu menggerakkan emosi dan fantasi pembaca.

I.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat pada penelitian ini adalah

1. Menambah pengetahuan bahwa kehadiran fotografi dalam media sangat penting karena berhubungan dengan emosi dan fantasi.
2. Sebagai bahan rujukan dan bahan informasi yang berkaitan dengan fotografi, media, dan *fantasy motivation*.

I.6 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan memilih metode kualitatif dengan pendekatan interpretatif di mana dalam cara penyampaianya menggunakan cara deskriptif

analitis dengan studi perbandingan (komparasi). Deskriptif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan untuk mendiskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Sedangkang analitis adalah mengungkapkan karakteristik objek dengan cara menguraikan dan menafsirkan fakta dan pokok persoalan yang terdapat dalam objek yang diteliti. Studi komparasi dilakukan untuk membandingkan dua studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu majalah dan *website*.

Untuk menetapkan batasan-batasan dalam objek kajian yang diteliti digunakan pendekatan secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan kuesioner di mana sampel yang dipilih bersifat *random sampling*. Penggunaan kuesioner dalam mencari data pendukung bertujuan agar tidak terjadi bias data. *Random sampling* dipilih karena kemampuannya dalam memberikan generalisasi yang cukup terhadap sebuah populasi. Kuesioner dilakukan dengan jumlah responden yang terbatas dan waktu yang terbatas. Kuesioner dilakukan dalam dua tahap dengan tujuan yang berbeda. Kuesioner pertama dilakukan pada tanggal 19 Maret 2012 sampai dengan tanggal 14 April 2012 dengan jumlah responden 116 orang, tahap ini bertujuan untuk melihat preferensi pembaca yang berkaitan dengan bentuk media NGI yang dipilih, cara menjawab keingintahuan berita yang ada di media NGI, konten media NGI yang dipilih, respon pembaca dengan berita yang dikemas, serta menjanging responden yang ingin dilibatkan dalam kuesioner berikutnya. Sedangkan kuesioner kedua dilakukan pada tanggal 8 Mei 2012 sampai dengan tanggal 12 Mei 2012 dengan 30 orang responden, tahap ini bertujuan untuk mencari edisi dari media NGI yang paling menarik diantara edisi majalah NGI yang telah terbit dari bulan Januari sampai dengan bulan Mei 2012, dan edisi terpilih adalah bulan April 2012 (48,6%). Hasil dari kuesioner dapat dilihat pada tabel-tabel yang ada pada lampiran halaman 104. Hasil dari kuesioner yang didapat hanya untuk memperkuat alasan peneliti dalam memilih studi kasus dan batasan masalah. Sedangkan untuk penelitian selanjutnya dilakukan secara kualitatif.

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari objek kajian yaitu kemasan berita NGI yang dikhususkan pada pemberitaan *Titanic* dan media yang digunakan adalah majalah dan *website*. Selain itu, fokus objek kajian dititik beratkan pada sajian foto-foto yang ada dalam berita tersebut. Sedangkan untuk data sekunder berupa studi literatur yang berkaitan dengan penelitian ini serta kumpulan informasi yang didapat dari wawancara mendalam.

I.6.1 Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini akan dicetuskan suatu rancangan penelitian yang akan memuat beberapa gagasan atau pemikiran yang akan menunjang kepada langkah setiap tahapan penelitian dan proses penyusunan laporan penelitian yang dilakukan. Tahap awal penelitian, pemikiran diawali dengan melihat fenomena kehadiran dan fungsi foto dalam media, di mana foto menjadi ujung tombak media dalam menarik minat baca pembaca. Foto secara tidak langsung akan memberikan pengaruh pada kemasan sebuah berita. Dalam penelitian ini juga akan dibahas mengenai formula *layout* berita dari masing-masing berita, karena dari formula *layout* akan dapat diketahui bagaimana perilaku media dalam mengemas suatu berita. Pada tahap berikutnya, memfokuskan pada sajian foto-foto yang diinterpretasi dengan menggunakan konteks bahasa fotografi dan konteks *studium-punctum*. Kemudian dari hasil pemikiran-pemikiran tersebut akan saling dikomparasikan antara jenis media yang diteliti (majalah dan *website*) dan dikorelasikan dengan bahasan mengenai *fantasy motivation* yang dirasakan oleh pembaca. Dari hasil analisa tersebut akan disimpulkan dan kemudian akan digunakan untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini.

I.7 Sistematika Penulisan Tesis

Dalam uraian tesis ini, penulisan akan dibagi ke dalam beberapa pembabakan tulisan, seperti berikut ini:

Bab I

Bab pertama ini menguraikan secara umum mengenai apa yang mendasari permasalahan dalam penelitian ini, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup dan batasan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, sistematika penelitian, serta kerangka penelitian.

Bab II

Bab kedua ini menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai acuan dalam menyelesaikan masalah, yaitu teori-teori fotografi, teori-teori *layout* dalam media, dan konstruksi *fantasy motivation*, yang semuanya berhubungan dengan bagaimana kemasan berita dalam media terhadap konstruksi *fantasy motivation* pembaca.

Bab III

Pada bab ketiga ini berisi tentang objek yang diteliti yaitu media National Geographic Indonesia (NGI) yang diawali dengan sejarah singkat, segmentasi NGI, uraian konsep fotografi NGI, kemasan berita, serta isi media dari edisi April 2012 yang bertema *Titanic*. Pada bab ini, mulai menunjukkan konsep-konsep *layout* yang ada pada majalah dan *website*.

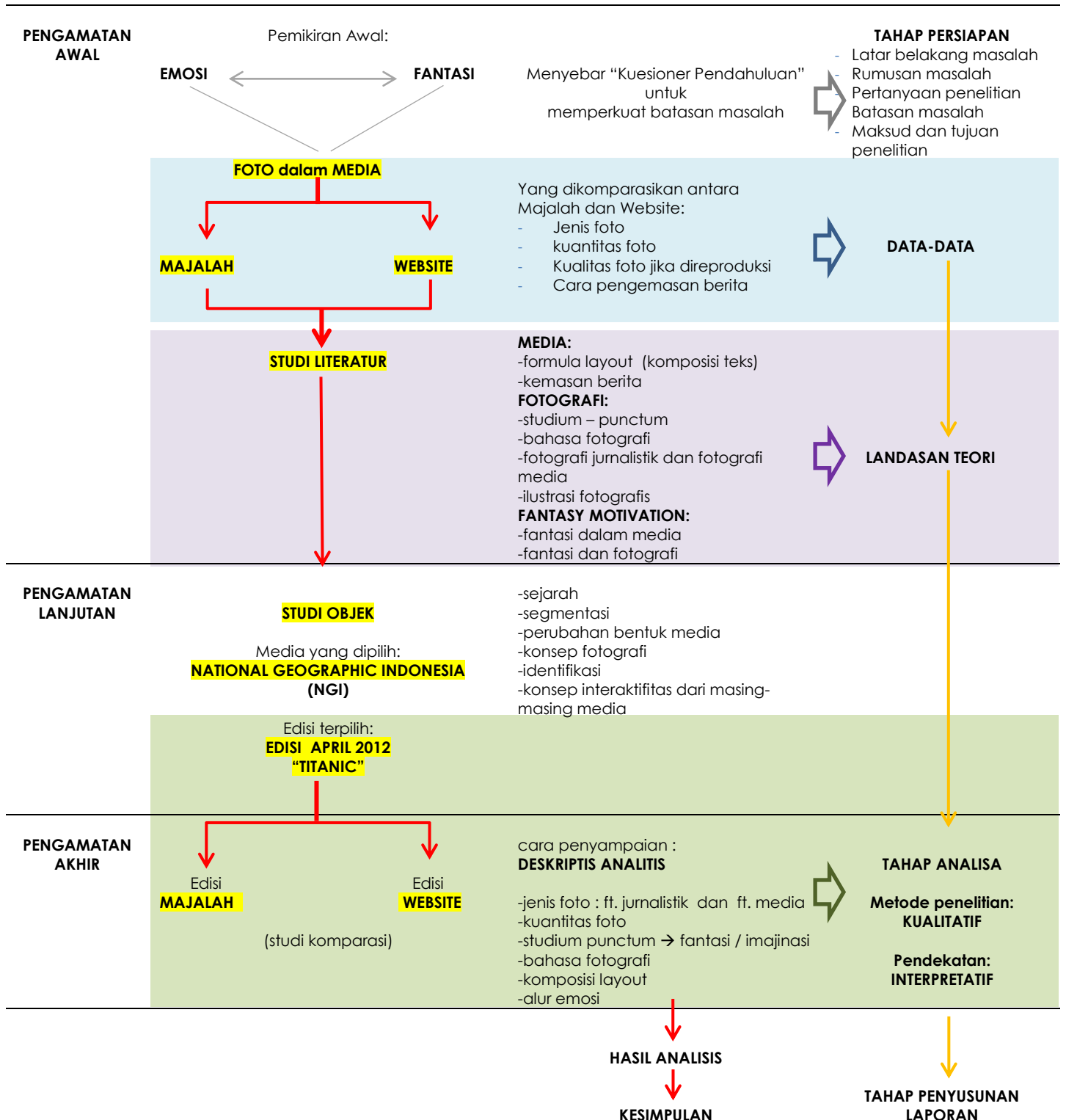
Bab IV

Bab Keempat ini berisikan analisa tentang data-data yang diperoleh baik itu dari objek yang diteliti serta hasil kuesioner pendukung, pengolahan data-data yang diperoleh tentunya tidak lepas dari acuan teori-teori yang telah dibahas dalam Bab II.

Bab V

Pada bab terakhir ini, penulis mengemukakan kesimpulan yang merupakan jawaban dan hasil yang diperoleh dari permasalahan yang diteliti, serta dicantumkan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya.

I.8 Kerangka Pemikiran



Gambar I.1

Kerangka Pemikiran

BAB II MEDIA, FOTOGRAFI, DAN *FANTASY MOTIVATION*

II.1 Pendahuluan

Perkembangan yang terjadi dalam media cetak telah menempatkan fotografi sebagai bahan yang integral dengan aspek pemberitaannya sendiri. Peran yang disandang oleh sebuah foto tidak lagi sekedar sebagai pelengkap dalam keseluruhan tampilan *layout* sebuah media baik media cetak atau media digital. Foto telah jauh berkembang sebagai sebuah media yang juga sanggup mengkomunikasikan sesuatu kepada khalayak pemerhatinya. Signifikansi aspek fotografi dalam media cetak menjadikannya sebagai salah satu daya tarik yang bisa turut meningkatkan ‘nilai jual’ media tersebut. Bahkan karena aktifitas tampilan foto dalam media cetak, membuat aspek berita sendiri bukanlah merupakan komoditas satu-satunya yang dijual kepada khalayak. Oleh karena itu, banyak media yang menjadikan fotografi sebagai ‘produk’ utama dalam tampilannya dan meraih pembaca dalam jumlah besar.

II.2 Media dan Elemen Penting dalam Perancangannya

Media merupakan dokumen atas segala sesuatu yang diinformasikan dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto, dan sebagainya (Kasali, 1992, h.99). Media terdapat beberapa macam diantaranya media cetak dan media *online*. Media cetak salah satunya adalah majalah. Sedangkan media *online* terkenal dengan sebutan *website*.

Beberapa elemen penting yang harus ada dalam majalah adalah *pertama* yaitu sampul (*cover*) di mana juga harus memperhatikan elemen visual yang harus ada seperti logo, informasi waktu penerbitan, nomor edisi, harga, *barcode*, ilustrasi, gambar, foto, dan *cover lines*. *Kedua*, daftar isi (*contents*) untuk menunjukkan nomor halaman dari setiap bagian berita atau rubrik. *Ketiga*, editorial mengenai informasi yang penting dari penerbit. *Keempat*, *mailbox* sebagai tempat terhubungnya editorial dengan pembaca. *Kelima*, rubrikasi yang memuat isi berita

atau artikel yang disajikan. Dan yang terakhir, *kelima*, iklan sebagai tempat bagi produk lain untuk berpromosi (Kartika, 2007, h.51).

Sedangkan pada perancangan *website* terdapat beberapa kaidah yang harus memperhatikan beberapa elemen komunikasi visual antara lain tipografi, simbolisme, ilustrasi, dan fotografi. Selain empat unsur tersebut, beberapa hal pokok yang penting antara lain halaman depan (beranda atau *home*) *website* yang harus menarik dan meingindikasikan terdapat kekayaan informasi di dalam *website* tersebut. Adapun beberapa prinsip *website* yang harus diperhatikan dalam perancangan *website*, yaitu: *accessability*, *usability*, *interactivity*, dan sistem navigasi. Sedangkan untuk tampilan visual *website* terbentuk dari beberapa elemen visual diantaranya : *layout*, warna, tipografi, grafik atau *image* (fotografi, ilustrasi, animasi, dan video), serta keseimbangan (simetris atau formal dan asimetris atau informal) (Suyanto, 2007, h.13).

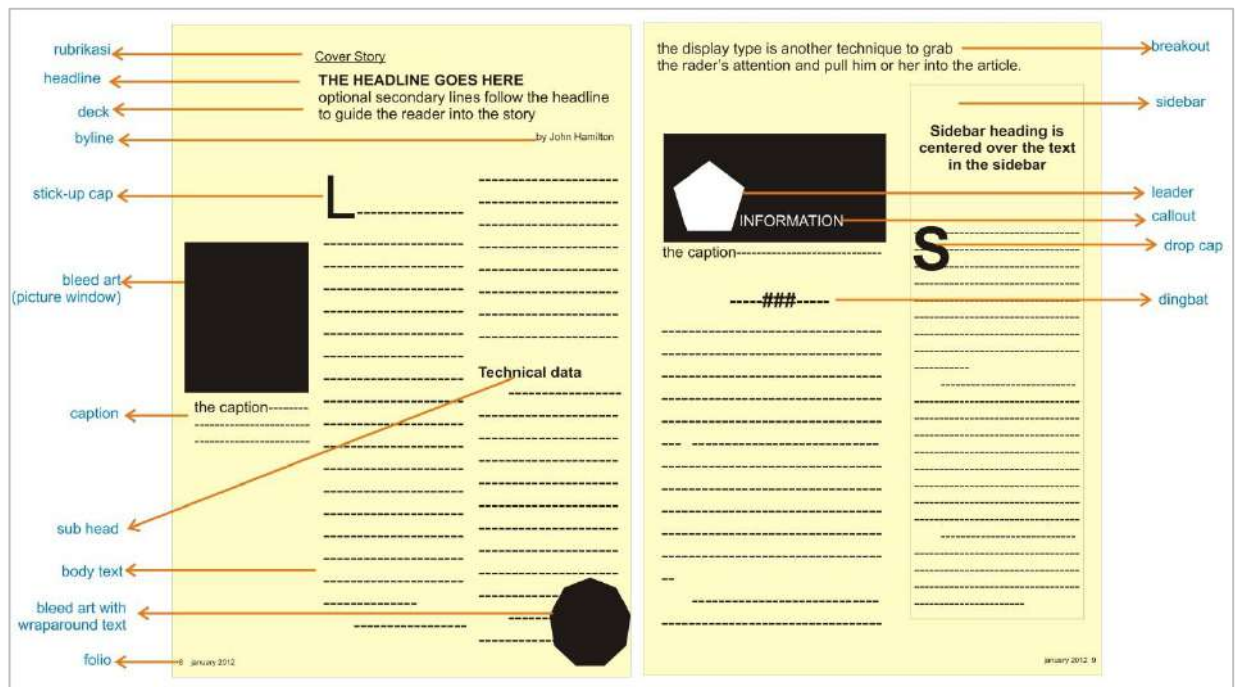
II.2.1 Formasi *Layout* Pembentuk Media

Jika membaca atau melihat pada media cetak khususnya surat kabar dan majalah, maka akan terlihat banyak elemen di dalam halaman-halaman dari media-media tersebut. Secara umum tujuan dari penggunaan elemen-elemen tersebut adalah untuk menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat, memberikan kenyamanan dan kemudahan pembaca dalam mencari informasi yang dibutuhkan, sebagai navigasi, serta dapat juga dijadikan sebagai estetika. Pada umumnya elemen yang ada dalam media cetak termasuk dalam formasi elemen *layout* yang terbagi menjadi tiga jenis yaitu: elemen teks, elemen visual, dan elemen invisibel (Rustan, 2005, h.27).

Elemen teks terdiri dari judul, *deck*, *byline*, *bodytext*, subjudul, *pull quotes*, *caption*, *callouts*, *kickers*, *initial caps*, *indent*, *lead line*, spasi, *header and footer*, *running head*, catatan kaki, nomor halaman, *jumps*, *signature*, *nameplate*, dan *masthead*. Sedangkan elemen visual adalah elemen bukan teks yang terlihat dalam suatu *layout* yaitu: foto, *artworks*, *infographics*, garis, kotak, inzet, dan poin. Kemudian elemen-elemen yang tergolong sebagai elemen invisibel merupakan fondasi atau kerangka yang berfungsi sebagai acuan penempatan semua elemen

layout lainnya, elemen invisibel terdiri dari grid dan margin. Pada kepentingannya masing-masing elemen *layout* baik berupa teks, visual, maupun yang invisibel saling bekerja sama satu sama lain untuk membangun sebuah *layout* dengan tujuan dan konsep-konsep yang dibawa.

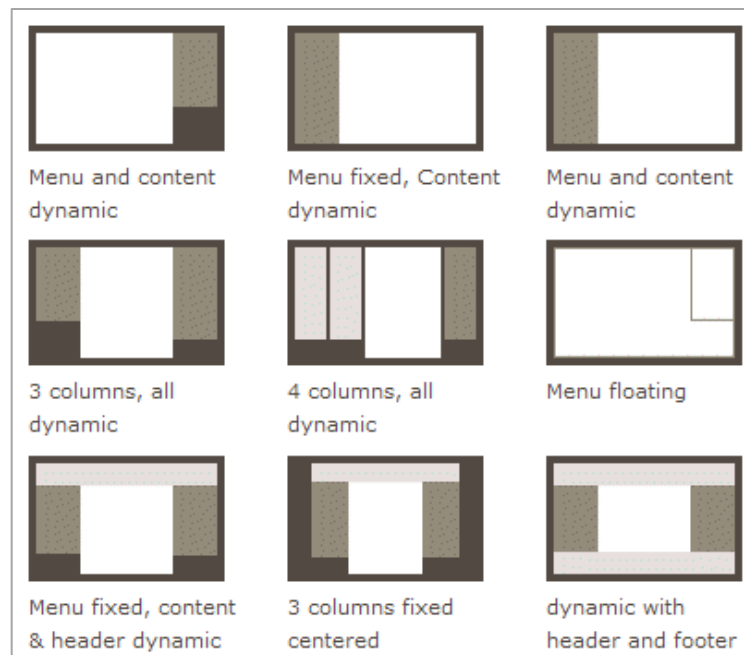
Untuk memperjelas komposisi atau formasi elemen-elemen yang ada dalam media cetak khususnya majalah, berikut adalah contoh dari susunan anatomi isi halaman majalah secara umum:



Gambar II.1 Anatomi halaman majalah (Shushan dan Wright, 1994).

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, media cetak juga beradaptasi dengan membuat versi *online*. Sebuah *website* juga memiliki elemen-elemen pembentuk *layout*-nya. Bagian-bagian halaman *website* dapat berupa *header*, *banner*, *navigation menu*, halaman utama atau konten, *menubar*, *footer*, dan sebagainya. *layout* suatu halaman *website* menentukan bagus tidaknya suatu desain. Dengan desain *layout* yang baik akan memudahkan pengunjung atau pembaca *website* memahami apa yang harus dia lakukan pada suatu halaman *website* (Agustina, 2010, h.46). McGovern et all (2002, h.24) menyebut *layout* sebuah *website* adalah *layout* yang *simple* di mana *layout* yang digunakan seperti

layout dalam sebuah surat kabar. Adapun dalam merancang *layout*, terdapat beberapa *layout* yang paling sering digunakan yaitu:



Gambar II.2 Contoh desain *layout website* yang sering dipakai.

Sumber : <http://www.intensivstation.ch/en/templates/>

(diunduh 21 juni 2012)

Gambar II.2 memberikan gambaran tentang beberapa desain *layout website*. Secara keseluruhan *layout* dapat dikategorikan sebagai *dynamic website* baik dari segi konten maupun aplikasi yang ada di dalam *website* tersebut. sedangkan jika dilihat dari keseimbangan proporsi, *website* yang terlihat simetris akan memberikan kesan formal, biasanya *website* seperti ini berhubungan dengan sebuah departemen atau lembaga yang memang harus memberikana kesan sebagai pihak yang dapat dipercaya. Sedangkan *website* yang terlihat asimetris akan memberikan kesan informal yang biasanya dipakai sebagai *website* seperti *blog*, situs *social networking*, *online shopping*, dan sebagainya.

II.3 Fotografi

Sarjono (1994, h.12) mendeskripsikan fotografi berasal dari kata foto yang berarti cahaya dan grafi yang berarti menulis. Jadi fotografi adalah menulis dengan

cahaya atau melukis dengan cahaya. Fotografi berusaha untuk menjelaskan atau menjabarkan kepada orang lain mengenai ekspresi ide, gagasan, dan emosi, hal ini dikarenakan fotografi memiliki kemampuan berbicara (*spoken*) dan hadir sebagai tulisan (*written*) (Whitting, 1946, h.5).

Fotografi adalah kegiatan merekam sebuah objek yang akhirnya menjadi sebuah gambar (foto) dengan menggunakan sebuah alat yang disebut dengan kamera. Kamera dalam fotografi memiliki dua fungsi utama yaitu pertama sebagai *tool of examination* yaitu sebagai alat atau media untuk menjelaskan sesuatu ketika dihadirkan dalam dokumentasi suatu sejarah pekerjaan. Sedangkan yang kedua adalah *transmiting of fact*, di mana fotografi menjadi alat atau media komunikasi untuk menjelaskan sesuatu misal manusia atau daerah dari belahan dunia lain dapat dihadirkan di belahan dunia yang lainnya juga dalam majalah atau koran. Metode yang dihasilkan oleh kamera dan penggunaan foto tersebut disebut dengan bahasa visual (Iskandar, 2007, h.10). Sebuah foto dapat mengandung informasi sebanyak yang dapat dibaca didalamnya, oleh karena itu, foto memberikan semacam bahasa yang terdiri dari kode-kode yang memiliki arti dan maknanya masing-masing. Dalam mengkomunikasikan arti dan makna, foto melakukan sebuah proses pengkodean dengan dua cara yang berbeda yaitu secara konotatif dan denotatif.

II.3.1 Bahasa Fotografi

Berkomunikasi melalui sebuah foto berarti menciptakan sebuah gambar yang memiliki kemampuan sebagai bahasa visual di mana sebuah gambar mampu mengutarakan maksud, pesan dan gagasan. Bahasa visual menggunakan foto disebut juga sebagai bahasa fotografi (*photographic language*) (Pratikno (1979) dalam Iskandar (2007, h.11)). Dalam proses penyampaian pesan, Iskandar juga menyebutkan bahwa bahasa fotografi terdiri dari enam kategori, yaitu:

1. Bahasa Penampilan

Kategori pertama ini ditentukan oleh lima kriteria yaitu:

- a. Bahasa Ekspresi

Ekspresi dalam sebuah foto identik dengan wajah manusia yang terekam dalam foto tersebut dan sebuah kesan yang ditimbulkan oleh foto. Ekspresi merupakan penggambaran suatu kondisi (sedih, marah, gembira, ketidaksetujuan, dan sebagainya). Berikut adalah salah satu contoh dari bahasa ekspresi dalam foto:



Gambar II.3 Bahasa ekspresi dalam sebuah foto .

Sumber : <http://m.tribunnews.com/2012/06/26/kekalahan-inggris-jadi-tayangan-paling-diminati>

(diunduh 27 Agustus 2012)

b. Bahasa Isyarat

Isyarat visual berkisar dari ekspresi dan gerakan atau *gesture* yang terekam untuk melengkapi informasi yang dikirimkan melalui media lain dan dapat juga berdiri sendiri. Isyarat visual juga dapat memiliki arti dan makna yang berbeda sesuai dengan latar belakang budaya dari suatu tempat. Berikut adalah salah satu contoh dari bahasa isyarat dalam sebuah foto:



Gambar II.4 Bahasa isyarat dalam sebuah foto .

Sumber : <http://lita.inirumahku.com/parenting-nursery/lita/sign-with-your-baby/>

(diunduh 27 Agustus 2012)

c. Bahasa Tindakan

Dalam hal ini, bahasa tindakan memperlihatkan apa yang dilakukan oleh objek. Bahasa tindakan terbagi dalam dua jenis yaitu:

i. *Visible*

Berupa tindakan-tindakan yang dapat terlihat oleh mata, misalnya : memperlihatkan *travelling bag* atau tas koper di dekatnya atau memperlihatkan adegan lambaian tangan menunjukkan aktivitas objek yaitu proses keberangkatan dari sebuah perjalanan. Berikut adalah salah satu contoh foto bahasa tindakan jenis *visible*:



Gambar II.5 Bahasa tindakan jenis *visible* dalam sebuah foto .
Sumber : <http://www.antarasumut.com/keberangkatan-kloter-pertama>
(diunduh 27 Agustus 2012)

ii. *Non Visible*

Berupa tindakan-tindakan yang tidak terlihat oleh mata namun tersirat oleh mata, misalnya : ungkapan kasih sayang, kegembiraan, kesedihan, dan sebagainya. berikut adalah salah satu contoh foto bahasa tindakan *non visible*:



Gambar II.6 Bahasa tindakan jenis *non visible* dalam sebuah foto .
Sumber : <http://www.lautanindonesia.com/forum/index.php?topic=107710.40>
(diunduh 27 Agustus 2012)

d. Selain tiga kriteria tersebut, dua kriteria yang lainnya adalah bahasa penciuman dan bahasa pendengaran.

2. Bahasa Komposisi

Unsur komposisi yang tepat mampu menghasilkan makna tertentu. Unsur-unsur komposisi terdiri dari enam kriteria, yaitu:

a. Bahasa Warna

Setiap warna mampu menghasilkan kesan dan makna tersendiri. Warna merupakan salah satu elemen penting dalam fotografi karena sangat mampu merespon mata dan menstimulus rasa. Sesuai dengan uraian tersebut, Abdi (2012) juga menjelaskan bahwa warna membuat rangsangan emosi karena setiap personal memiliki 'rasa' yang berbeda terhadap warna. Selanjutnya Abdi juga mendeskripsikan warna dalam fotografi terkategoriisasikan dalam tiga jenis yaitu:

i. Warna Cahaya

Merupakan warna yang dihasilkan oleh gelombang elektromagnetik yang berasal dari cahaya. Warna terbentuk dari spektrum cahaya yang merujuk pada cahaya yang terdefraksi dalam berbagai gelombang yang dapat diukur panjang gelombangnya. Warna dengan panjang gelombang panjang memiliki frekuensi tinggi, yaitu merah, jingga, dan kuning yang lebih cenderung warna hangat (*warm color*). Sedangkan warna dengan panjang gelombang pendek memiliki frekuensi rendah yaitu biru yang lebih cenderung mirip *cool color*. Selain itu, terdapat juga warna *triple* yang disebut dengan warna dasar yang dapat membentuk warna-warna lain dalam kombinasinya. Warna *triple* yaitu *red*, *green*, dan *blue* atau dikenal dengan sebutan RGB. Dan hasil dari kamera digital yang dipakai saat ini merupakan perpaduan dari filter RGB.

ii. Warna Kimiawi

Warna kimiawi berbeda dengan warna dari spektrum cahaya karena warna kimiawi adalah warna yang sudah ada pada benda dan memberikan ciri warna tersendiri. Warna kimiawi disebut juga dengan warna pigmen yang diklasifikasikan dalam tiga tingkatan, yaitu: *pertama*, warna primer yang terdiri dari merah, kuning, dan biru. *Kedua*, warna sekunder yang merupakan hasil

dari campuran dua warna primer (contoh: merah dan kuning menghasilkan oranye atau jingga). Dan yang terakhir, *ketiga*, warna tersier yang didapat dari gabungan warna sekunder dengan warna primer.

iii. Warna Psikis

Setiap warna mampu memberikan kesan yang dapat dideskripsikan dalam berbagai ekspresi, misalnya: keagungan, mewah, kesejukkan, kesedihan, maupun kegembiraan. Warna memberikan gambaran suasana yang berhubungan dengan 'rasa'. Warna juga menjadi sebuah simbol yang digunakan dalam menginterpretasi makna. Dalam fotografi, warna menjadi elemen penting karena fungsinya yang mampu memisahkan dan memberdakan elemen dalam foto, mampu memberi keindahan, serta mampu menarik perhatian. Oleh karena itu, warna berperan dalam membentuk komunikasi psikis.

b. Bahasa Tekstur

Suatu bentuk bahasa yang diidentifikasi melalui suatu kesan permukaan, seperti menampilkan kesan halus atau kasar.

c. Bahasa Garis

Yaitu pesan yang diwujudkan dalam bentuk garis-garis dan mampu memberikan kesan. Misalnya garis melengkung memberikan kesan luwes atau lembut sedangkan garis lurus memberikan kesan kaku dan keras.

d. Bahasa Cahaya

Fotografi adalah proses melukis dengan cahaya, oleh karena itu bahasa cahaya terbagi menjadi dua, yaitu:

i. *High Key*

Jenis pencahayaan yang didominasi nuansa putih yang memberikan kesan bersih, keceriaan, dan kesucian. Biasanya digunakan untuk jenis *still life photography* seperti foto produk makanan. Berikut adalah salah satu contohnya:



Gambar II.7 *High key* dalam sebuah foto .

Sumber : <http://www.sajiansedap.com/recipe/detail/2020/puding-biskuit-tiga-rasa>
(diunduh 27 Agustus 2012)

ii. *Low Key*

Jenis pencahayaan yang didominasi nuansa hitam. Biasanya digunakan pada *potraiture photography* yang bertujuan untuk memberikan kesan karakter, misterius, atau kedukaan. Berikut adalah salah satu contohnya:



Gambar II.8 *Low key* dalam sebuah foto.

Sumber : <http://m.tribunnews.com/2012/04/15/menguak-misteri-tenggelamnya-kapal-titanic>
(diunduh 27 Agustus 2012)

Dengan visualisasi cahaya dapat menggambarkan suatu situasi dan kondisi tertentu. Misalnya suasana gelap menuju terang menunjukkan indikasi adanya perubahan dari keadaan suram menuju keadaan yang bahagia atau menyenangkan.

e. Bahasa Bentuk

Dalam fotografi digunakan juga bentuk-bentuk geometri untuk memberikan kesan. Misalnya bentuk kubus memberikan kesan kokoh, bentuk segitiga memberikan kesan labil, dan sebagainya.

f. Bahasa Tata Letak

Penampilan objek dan kemampuan dalam menata objek mampu memberikan kesan yang lebih menarik dan tidak monoton.

3. Bahasa Gerak

Kesan gerak pada sebuah foto dapat dilakukan dengan empat teknik, yaitu: *panning*, *zooming*, *exposure time*, dan *multiple exposure*.

4. Bahasa Konteks

Merupakan suatu cara untuk mengetahui beberapa informasi dari sebuah foto yang terdiri dari berbagai pertanyaan yaitu : siapa yang memotretnya, kapan gambar tersebut diambil, dimana lokasi kejadian tersebut, bagaimana, dan untuk tujuan apa foto tersebut diambil. Informasi yang didapat dari pertanyaan-pertanyaan tersebut disebut dengan informasi kontekstual yang dapat berupa data *internal*, *original*, atau *external*. Berikut adalah salah satu contohnya:



Gambar II.9 Sebuah foto yang menampilkan suatu konteks.

Sumber : <http://denisuryana.wordpress.com/2009/12/08/aksi-memperingati-hari-anti-korupsi/>

(diunduh 27 Agustus 2012)

5. Bahasa Obyek

Bahasa yang berhubungan apa yang ada pada objek yang dapat dideskripsikan. Dalam hal ini semua hal yang berhubungan dengan semua jenis objek fisik. Misalnya : manusia dalam bersosialisasi akan mendiskripsikan diri mereka melalui objek-objek yang dimiliki dan disenangi seperti rumah, kendaraan, perabotan, dan sebagainya. bahasa objek adalah apa saja yang melekat pada objek. Berikut adalah salah satu contohnya yang sebagai mana dapat dilihat di halaman selanjutnya:



Gambar II.10 Foto yang mendeskripsikan sebuah objek.

Sumber : <http://mp3indownload.blogspot.com/2011/04/profil-melinda-dee-foto-melinda-dee.html>

(diunduh 27 Agustus 2012)

6. Bahasa Tanda

Fotografi sebagai bahasa tanda memiliki nilai objektif, gambar merupakan hasil sebuah proses dan sekaligus menggantikan pengalaman nyata secara visual. Pengalaman-pengalaman yang diterima akan menjadi sebuah pengetahuan. Dalam kehidupan, tidak semua pengalaman nyata dapat diperoleh. Oleh karena itu, fotografi hadir sebagai salah satu sarana pengganti untuk menghadirkan pengalaman nyata dalam bentuk dua dimensional. Dengan kata lain, fotografi menjadi *iconic* dari pengalaman nyata.

II.3.2 Fotografi dalam Media

Media sangat erat kaitannya dengan komunikasi massa dan dalam prosesnya media berfungsi sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi atau pesan. Media yang dipakai terbagi dalam dua macam, yaitu media primer dan media sekunder. Media primer yang dimaksud adalah “teks” itu sendiri, di mana teks dapat berupa gambar, foto, ilustrasi, tulisan (*text*), simbol, atau lambang. Media sekunder berupa bentuk publikasi media itu sendiri seperti majalah, surat kabar, buku, dan sebagainya (Effendy, 2000, h.11). Media primer merupakan sifat dari komunikasi nonverbal. Salah satu media primer yang menjadi kekuatan besar dari media sekunder adalah foto.

Media dalam mendeskripsikan fotografi adalah menjelaskan tentang unsur-unsur apa saja yang membuat karya foto itu ada. Media memberikan informasi tentang jenis dan format yang digunakan, ukuran, jenis cetakan (hitam-putih atau berwarna), karakteristik kamera yang digunakan, dan data teknis lainnya termasuk bagaimana kondisi fotografer saat pemotretan, efek cahaya, properti ketika pemotretan, alat bantu, dan waktu pemotretan. Deskripsi media mencakup semua dampak yang muncul dari karya foto yang mewakili ekspresi seniman atau fotografer, dan dapat berkomunikasi dengan individu yang melihat (Barret, 2000). Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, fotografi pun semakin luas perannya pada berbagai bidang, khususnya dalam sebuah media. Dalam media terdapat dua istilah fotografi yang berbeda dalam penggunaannya, yaitu:

1. Fotografi Jurnalistik

Menurut Rahardi (2006, h.84) fotografi jurnalistik merupakan sebuah foto yang dibuat oleh fotografer (juru foto) atau jurnalis (wartawan) untuk kebutuhan penerbitan pers atau media. Foto jurnalistik mengandung nilai berita yang bersifat faktual (sesuatu yang berdasarkan fakta) dalam suatu peristiwa atau kejadian. Foto jurnalistik tidak harus dibuat oleh seorang jurnalis profesional, terkadang foto jurnalistik juga dapat dibuat oleh orang biasa yang kebetulan hadir di tempat peristiwa dan sedang membawa kamera foto. Foto jurnalistik masih dapat dibedakan lagi menjadi beberapa kategori. Misalnya pengkategorian sesuai jenis objeknya, misalnya foto perang, foto olahraga, foto alam, foto lingkungan, foto flora dan fauna, foto fashion, dan sebagainya. ada pula pengkategorian sesuai dengan bentuk jurnalisme misalnya foto *news* (berita), foto reportase, foto *features*, dan lain-lain.

Rahardi juga menjelaskan bahwa foto jurnalistik tidak hanya dibuat untuk melengkapi tulisan (berita, *features*, dan sebagainya), akan tetapi juga dapat berdiri sendiri sebagai *news* foto, *features* foto, *reporting* foto, esai foto, dan lain-lain. Keistimewaan dari foto jurnalistik adalah foto jenis ini dapat berdiri sendiri dan bukan sebagai pelengkap teks gambar foto bisa berbicara lebih banyak dibandingkan teks berita. Selain itu, foto juga bisa

menunjukkan keautentikan suatu peristiwa atau sebuah fakta. Hingga ada pepatah yang mengatakan bahwa satu foto bisa lebih berbicara daripada seribu kata.

Foto jurnalistik memiliki beberapa elemen penting yaitu kolaborasi visual (foto) dan teks yang terdiri dari *headline* (judul foto), *caption* (teks yang menerangkan isi foto dengan kaidah: “*what-where-when-way* dan *how*” (5W+1H), *byline* (pemotret), dan *credit* (pemegang hak siar atau penerbitan yang mempublikasikan foto jurnalistik tersebut. Berry dalam Azteza (2009) menyebutkan terdapat lima fungsi dari foto jurnalistik, yaitu *pertama*, sangat penting dalam mengkomunikasikan berita (*to communicate the news*) dan kehadirannya terkadang menyempurnakan suatu berita agar tidak terasa hambar. *Kedua*, fungsi foto jurnalistik adalah menimbulkan sebuah keinginan, minat, atau hasrat (*to generate interest*). *Ketiga*, foto jurnalistik dapat menonjolkan dimensi lain dari sebuah objek pemotretan yang dipublikasikan (*to give another dimension to a newsworthy figure*). *Keempat*, foto jurnalistik berfungsi untuk meningkatkan sisi kualitas berita tanpa mengurangi arti berita. Dan yang terakhir, *kelima*, foto jurnalistik dimanfaatkan untuk keperluan tata rias atau perwajahan pada surat kabar dan majalah secara garis besar.

Hicks (1972) menjabarkan sedikitnya terdapat tujuh karakteristik khas dari sebuah foto jurnalistik, yaitu:

a. Gabungan antara gambar dan kata-kata

Keseimbangan data tertulis pada teks dan gambar atau foto adalah mutlak sehingga dapat mengungkapkan cara pandang seseorang terhadap subjeknya.

b. Medium secara tercetak

Foto jurnalistik biasanya menggunakan medium yang tercetak baik surat kabar maupun majalah, di mana disajikan secara ‘jujur’ dan apa adanya mengenai suatu peristiwa atau fenomena.

c. Lingkupnya adalah manusia

Hal ini disebabkan karena kepentingan foto jurnalistik yang mutlak pada manusia. Southworth dalam Hicks (1972) menganalogikan foto jurnalistik sebagai bentuk piramida di mana manusia diposisikan pada posisi puncak piramida sajian dan pesan visual.

d. Merupakan *skill* atau keahlian khusus

Merupakan suatu upaya yang muncul dari bakat dan kemampuan seseorang. Oleh karena itu, seorang fotografer jurnalistik dituntut untuk melaporkan berita sehingga memberi kesan pada pembaca atau khalayak seolah-olah mereka hadir dalam situasi atau peristiwa tersebut.

e. Sebagai fotografi komunikasi

Merupakan bentuk lain dari komunikasi di mana sebuah ekspresi disampaikan melalui sebuah objek. Dalam hal ini, fotografer harus jeli dalam memilih objek yang mampu berperan aktif dalam gambar yang akan dihasilkan sehingga pantas menjadi subjek aktif.

f. Pesannya mudah dipahami

Syarat mutlak lainnya adalah pesan yang disampaikan dari suatu hasil visual foto jurnalistik harus jelas dan segera dapat dipahami oleh seluruh lapisan khalayak, atau dapat dikatakan bahwa pesan harus komunikatif bagi khalayak.

g. Merupakan bentuk profesionalisme kerja

Seorang fotografer jurnalistik dituntut memiliki wawasan yang luas, handal, dan mampu menilai karya foto yang dihasilkan

Selanjutnya, Hicks (1972) juga menyebutkan beberapa unsur untuk menentukan nilai suatu foto berita, yaitu: aktualitas, berhubungan dengan berita, kejadian luar biasa, promosi, kepentingan, *human interest*, dan *universal*.

2. Fotografi Desain

Sedangkan untuk fotografi desain, Yuliadewi (1999, h.7) menjelaskan bahwa fotografi desain sangat berkaitan erat dengan desain komunikasi visual. Foto desain digunakan untuk membantu proses komunikasi, menggambarkan suatu keadaan, dan menunjang sebuah produk. Foto jenis

ini dibuat berdasarkan suatu konsep desain untuk mencapai suatu tujuan sesuai dengan keinginan desainer. Foto desain biasanya digunakan untuk keperluan suatu iklan yang bertujuan untuk menginformasikan sebuah produk kepada masyarakat. Foto desain dibuat seproduktif mungkin (dalam arti membangkitkan minat), komunikatif, dan menghasilkan respon melalui daya tarik visual. Dalam hal ini daya tarik visual di kategorikan sebagai aspek estetika sebuah foto.

Yuliadewi menambahkan bahwa dalam menghasilkan foto desain, khususnya untuk keperluan promosi, komunikator visual harus memperhatikan bagaimana konsep desainnya dan kemudian merancang foto yang sesuai dengan konsep desain tersebut. Adapun beberapa langkah dalam pemikiran konsep desain dan perancangan foto desain, yaitu: *pertama*, konsep foto desain adalah hasil dari pembicaraan dengan pihak yang ingin mengadakan promosi tersebut, yang berhubungan dengan apa yang ingin ditampilkan, tentang janji-janji yang akan diberikan, dan sebagainya. dalam tahap ini, fotografer desain diharapkan dapat memperoleh informasi yang cukup untuk membuah beberapa alternatif pemikiran desain. *Kedua*, foto desain adalah foto yang dirancang, di mana fotografer mencipta atau membuat suatu rupa foto yang mempunyai maksud tertentu melalui pemecahan masalah tersebut dengan melibatkan pemikiran, perasaan, dan keterampilan.

Adapun pedoman-pedoman dari sebuah foto desain juga sama dengan yang dimiliki oleh foto jurnalistik, yaitu : 5W+1H yang jika diuraikan adalah *Who* yang dimaksud adalah siapa si pemberi pesan dan penerima pesan (khalayak sasaran). *What* adalah pesan apa yang akan disampaikan dalam kegiatan promosi tersebut. *Why* yang dimaksud misalnya mengapa harus disampaikan ke pada khalayak sasaran atau mengapa *angle* foto yang diambil seperti itu, dan sebagainya. *Where* yang dimaksud adalah dimana produk atau jasa tersebut akan dipasarkan. *When* tentang kapan

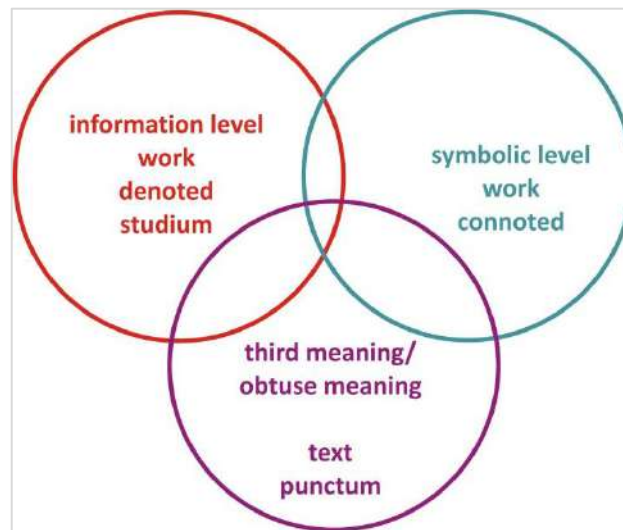
produk atau jasa tersebut akan dipasarkan. Dan *How*, adalah bagaimana cara menyampaikan pesan melalui foto desain yang dibuat tersebut.

II.3.3 Fotografi dan Emosi

Barthes (1977, h.65-60) mendiskripsikan foto adalah memiliki makna denotatif yaitu tentang 'apa' yang ada pada objek, sedangkan makna konotasinya dapat dilihat dengan mengamati unsur emosi bagaimana objek tersebut dipotret. Semua unsur konotasi akan selalu melibatkan perasaan, emosi, dan ketika berada di tangan pembaca maka akan menimbulkan citra tertentu. Masih menurut Barthes, dalam sebuah foto terdapat *studium* dan *punctum*. Adapun *studium* adalah suatu kesan secara keseluruhan secara umum yang akan mendorong seorang pemandang segera memutuskan sebuah foto bersifat politis atau historis, indah dan tidak indah, yang sekaligus juga mengakibatkan reaksi suka atau tidak suka. Semua ini terletak dalam aspek *studium* sebuah foto, yaitu aspek yang membungkus sebuah foto secara menyeluruh. *Studium* merupakan bentuk informasi yang bersifat umum yang didapat ketika pemandang gambar atau foto tersebut mengidentifikasi sebuah objek.

Sebaliknya adalah *punctum*, yaitu fakta terinci dalam sebuah foto yang menarik dan menuntut perhatian si pemandang ketika memandang foto tersebut secara kritis, tanpa memperdulikan *studium*, selain memang karena *punctum* akan menyeruak *studium*. Dalam *punctum* itulah terjelaskan mengapa seseorang terus menerus memandang atau mengingat sebuah foto. *Punctum* merupakan makna subjektif yang berhubungan dengan perasaan atau bayangan yang dialami si pemandang. *Punctum* lebih mengarah pada sesuatu yang tidak ada pada tampilan suatu gambar atau foto, lebih bersifat kesan. Relasi *studium* dan *punctum* ini menurut Barthes sendiri memang tidak jelas, namun dapat dihadirkan dalam proses penafsiran sebuah foto. Dua hal, *studium* dan *punctum*, merupakan hal yang tidak dapat dilepaskan dari sebuah foto karena dua hal tersebut yang akan membangun sebuah emosi dari si pemandang. Barthes menggambarkan konsep-konsep baru tentang *art* dan *imagery* sebagai sesuatu yang lebih informasi, lebih dari pendidikan, akan tetapi menitik beratkan pada pengalaman. Barthes menyebut

sebuah dialektika sebagai substansi fisik antara informasi dan visual. Berikut adalah bagian-bagian dari *Barthes's Dialectics* :



Gambar II.11 *Barthes's Dialectics* .

Sumber : <http://margaretstrickland.wordpress.com/2010/02/17/barthes-dialectics/>

(diunduh 21 juli 2012)

Dari gambar II.11 di atas menampilkan pemikiran Barthes yang membedah citra (gambar, foto, ilustrasi, dan film) menjadi tiga tingkatan tertentu dalam memaknai *third meaning*. *Pertama*, terdapat tingkat informasi yang dikenal sebagai tingkat komunikasi. *Kedua*, Barthes menggambarkan tingkat simbolis yang mengacu sebagai tingkat signifikansi yang sengaja dibuat dan menjadi sebuah pesan yang mendasari di tingkat informasi. Dan *ketiga*, adalah makna yang paling ambigu karena langsung berhubungan dengan masing-masing pribadi yang melihat dan sifatnya berupa tanggapan atau kesan sebagai bentuk dari reaksi pribadi yang tidak dapat diperkirakan oleh seorang desainer ataupun seniman.

II.3.4 Fotografi dan Ilustrasi

Pada dasarnya, perancangan sampul majalah dengan menggunakan ilustrasi sebenarnya lebih ditekankan pada sifat informatif. Kehadiran informasi dalam bentuk tekstual yang tidak jelas dapat diperjelas dengan penggunaan ilustrasi. Ilustrasi selain memperjelas dan menerangkan, dapat juga digunakan untuk

menghias dan membuat daya tarik atau sebagai selingan. Rustan (2008, h.56) menyebut ilustrasi sebagai bagian dari *artwork* yaitu segala jenis karya seni bukan fotografi baik itu berupa ilustrasi, kartun, sketsa, dan lain-lain yang dibuat secara manual maupun dengan komputer.

Berdasarkan teknis pembuatan ilustrasi, maka dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu : ilustrasi gambar tangan dan ilustrasi fotografi. Khusus pada ilustrasi fotografi, secara umum fotografi merupakan suatu media yang tidak dapat dipisahkan dari majalah. Pembaca dapat menginterpretasikan artikel-artikel yang dibaca dan secara langsung atau tidak mampu mengajak pembaca untuk terlibat di dalamnya. Fotografi memiliki peran penting dalam ilustrasi sebuah majalah di mana penggunaannya biasanya dimaksud dari artikel. Pemakaian ilustrasi dengan teknik fotografi biasanya disebabkan adanya kebutuhan akan gambar yang tidak didapatkan dengan teknik lain misalnya gambar tangan. Ilustrasi fotografi juga merupakan salah satu bentuk ilustrasi yang populer.

Suyanto (2004, h.89) juga mendeskripsikan bahwa ilustrasi fotografi merupakan teknik membuat gambar ilustrasi berupa foto dengan bantuan kamera baik itu manual maupun digital. Biasanya objek fotografi menjadi lebih realistis, eksklusif, dan persuasif. Beberapa kegunaan dari ilustrasi fotografi oleh Suyanto (2004) disebutkan yaitu :

1. Menggambarkan perbandingan untuk menunjukkan berita
2. Mengabadikan sesuatu
3. Mencitakan suasana hati
4. Menggambarkan sesuatu yang membangkitkan rasa kemanusiaan

II.4 *Fantasy Motivation*

Motivasi yang disebabkan oleh fantasi (*fantasy motivation*) yaitu adanya fantasi bahwa di tempat lain (cenderung menunjuk suatu daerah) seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan atau membosankan, dan merupakan bentuk dari *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis, motivasi ini juga disebut sebagai *status and prestige motivation* (Sharpley (1994) dan Wahab (1975) dalam Pitana dan Gayatri (2005, h.58)).

Menurut Kuntjojo (2009) fantasi atau dapat juga disebut dengan imajinasi adalah proses menciptakan gambaran-gambaran baru berdasarkan gambaran yang telah ada, yang diperoleh dari pengalaman. Kuntjojo menggambarkan bahwa fantasi terlebih dahulu melewati proses dari sebuah pengamatan (melihat sesuatu) yang kemudian muncul sebuah tanggapan dan akhirnya menjadi sebuah fantasi. Selanjutnya, Kuntjojo mengklasifikasikan fantasi menjadi dua yaitu fantasi yang disadari dan fantasi yang tidak disadari. Fantasi yang disadari adalah fantasi yang terjadinya disadari oleh individu yang bersangkutan, misalnya seseorang sedang berimajinasi tentang suatu kejadian untuk novel yang sedang dibaca. Sedangkan fantasi yang tidak disadari adalah bentuk dari fantasi yang terjadinya tanpa disadari atau tanpa disengaja oleh yang bersangkutan, fantasi semacam ini cenderung terjadi pada anak-anak yang terkadang menimbulkan dusta semua pada anak yang bersangkutan.

Menurut Lacan fantasi adalah sarana di mana berproses melalui jiwa (*psyche*) yang menetapkan hubungannya dengan 'kenikmatan' (*jouissance*). Lacan menganggap bahwa fantasi tidak berseberangan dengan 'realitas', sebaliknya, fantasi adalah apa yang membentuk struktur yang kita sebut realitas dan membentuk garis bentuk 'hasrat' (*desire*). Sehingga disimpulkan bahwa fantasilah yang membentuk hasrat untuk mencapai sebuah realitas terdapat ambiguitas yang mendasari pengertian fantasi. Di satu sisi, fantasi adalah 'layar' (*screen*) yang melindungi perjumpaan dengan *the real*. Akan tetapi secara mendasar, fantasi sendiri adalah yang menyediakan koordinasi dasar dari kemampuan subjek untuk berhasrat (*to desire*) di mana Freud menyebutnya sebagai *fundamental fantasy*.

Akan tetapi menurut Piliang (2011) fantasi berbeda dengan imajinasi. Imajinasi akan selalu berkaitan dengan *image*. Menurut Ryle (1990) dalam Piliang (2011), imajinasi merupakan bentuk dari *mental impression* atau gambaran dari otak dan *mental picture* atau sesuatu yang cenderung dikaitkan dengan sesuatu yang telah ada. Piliang menyimpulkan bahwa imajinasi berkaitan dengan memori pengalaman sedangkan fantasi tidak. Setiap fantasi pasti imajinasi akan tetapi imajinasi belum tentu fantasi.

II.4.1 Fantasi dalam Media

Slouka (1995) menyebut media sebagai ‘perpanjangan sistem saraf’ di mana berisi tentang semua yang berkaitan dengan hidup manusia, terlebih lagi pada media yang berbasis teknologi komputer yang memiliki kemampuan untuk *download* seluruh pikiran dan bahkan jiwa manusia di dalamnya. Slouka menganggap bahwa media sebagai tempat yang dapat dijadikan sebagai sebuah ‘ruang impian’, sebuah ‘taman bermain’, ataupun sebuah ‘dunia fantasi’, untuk sekedar melepaskan diri dari kepenatan realitas dunia dan bersenang-senang.

Setiap media pasti akan menawarkan berbagai hal dengan berbagai cara dalam merayu khalayak. Dalam merayu, media menggunakan berbagai cara agar khalayak menjadi tertarik diantaranya dengan memasang gambar atau foto-foto yang menarik atau memasang berbagai jenis iklan. Baudrillard (1981) dalam Haryatmoko (2011, h.136-137) mengatakan bahwa apa yang dikonsumsi khalayak bukan lagi hanya kebutuhan fungsional dan sosial, namun masalah mengonsumsi tanda. Khalayak tidak lagi menekankan peran dari fungsional sebuah produk, tetapi merupakan investasi imajinasi dalam komunikasi. Apa yang ditampilkan atau disajikan dalam media seolah-olah menjadi mesin untuk bercerita tentang sebuah sejarah kepada khalayak dengan melemparkan khalayak dalam dunia fantasi.

Haryatmoko (2011, h.12-13) juga menambahkan bahwa etika media dalam berkomunikasi lebih cenderung membuat khalayak menjadi kompulsif sehingga membuat refleksi diabaikan demi emosi khalayak. Informasi yang ditampilkan oleh media sudah berupa interpretasi akan tetapi gambar atau foto yang dipasang cenderung selalu sudah dikonstruksi.

II.4.2 Fantasi dan Fotografi

Fotografi merupakan sebuah instrumen yang disebut sebagai ‘lompatan imajinasi’ yang dapat memberi ilusi tentang penyingkapan sesuatu yang tersembunyi dan bersifat misteri (Graham-Brown (1988, h.70) dalam Guindi (2005, h.78)). Sesuai dengan pernyataan tersebut, Kristanto dan Arsuka (2002, h.201) juga menyebutkan bahwa fotografi dapat dilihat secara fungsi yaitu dokumentatif dan

informatif yang memberikan informasi tentang masa lalu. Foto-foto selain menjadi catatan sejarah yang dapat membantu imajinasi visual untuk mengetahui masa lalu, secara tidak langsung juga menjadi sarana untuk ‘menemukan’ atau ‘mengenal’ tentang sesuatu (Sunjayadi, 2008, h.313). Ajidarma (2004, h.149) juga menjelaskan bahwa foto merupakan penduniaan oleh mata. Setiap objek-objek yang tertangkap lensa kamera menjadi ikon dalam budaya visual dan foto-foto yang dimaksudkan untuk mengurung realitas ternyata memberikan ruang bagi imajinasi yang liar.

BAB III NGI DAN KEMASAN BERITA

III.1 Sejarah Singkat



Gambar III.1 Logo NGS.

Sumber http://www.natgeomaps.com/mobile_atlas_hd.html

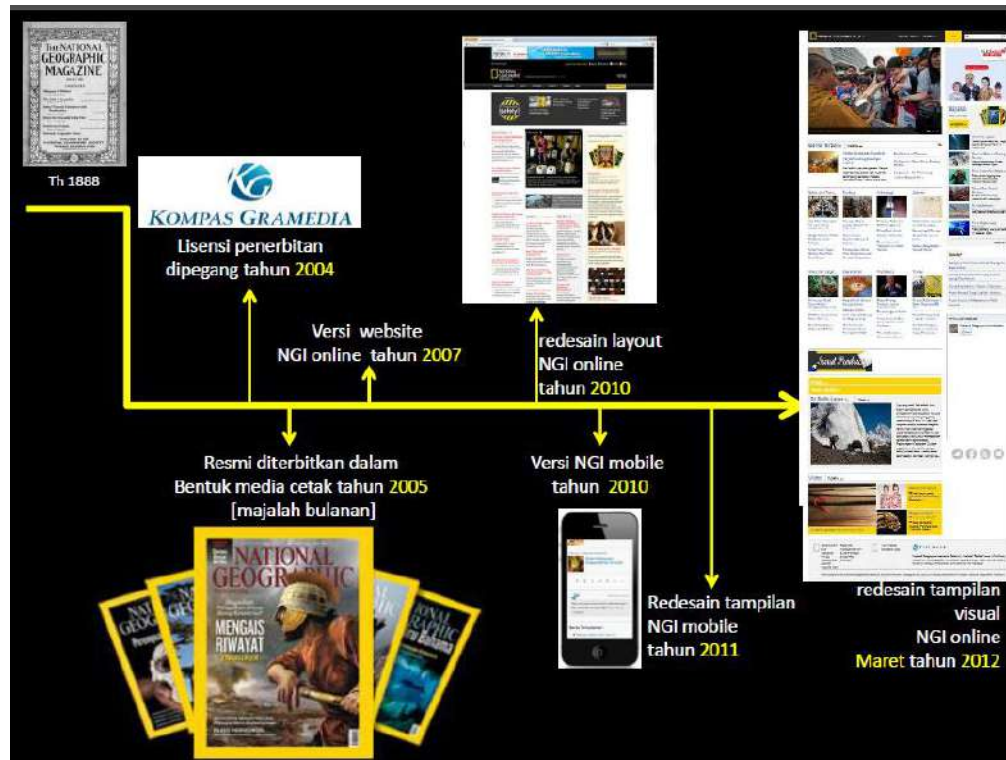
(diunduh pada tanggal 16 Mei 2012)

Yayasan *National Geographic* (NG) atau yang sering disebut dengan *National Geographic Society* (NGS) didirikan di Amerika Serikat pada 27 Januari 1888 oleh 33 orang yang tertarik untuk meningkatkan pengetahuan geografi. Gardiner Greene Hubbard menjadi presiden pertama dan kemudian digantikan oleh menantunya yaitu Alexander Graham Bell. NG didirikan dengan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan umum tentang geografi dunia dan pada akhirnya mensponsori penerbitan majalah bulanan NG. NG saat ini telah diterbitkan di 60 negara dalam 30 bahasa dengan total eksemplar lebih dari 9,5juta perbualan di seluruh dunia. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, NG dapat dilihat diberbagai media. Dimulai dari media cetak berupa majalah, NG pertama kali muncul sebagai majalah pertama dan terbesar di dunia yang diterbitkan pertama kali di bulan Oktober tahun 1888 di Washington D.C. Kemudian, dengan teknologi TV kabel, NG muncul sebagai salah satu acara televisi yang berisi tentang ilmu pengetahuan, eksplorasi dan petualangan, alam bebas dan konservasi, antariksa dan sebagainya. Dan dengan munculnya teknologi yang berbasis pada komputer, saat ini NG dapat diakses dimana saja dan kapan saja melalui internet dalam bentuk *website*.

Kekuatan dari NG adalah tampilan foto atau ilustrasi yang dominan dalam setiap edisinya yang menjadikan majalah ini menarik untuk diteliti. Foto atau ilustrasi yang ditampilkan sangat menarik (*eksklusif*) dan kualitas gambar yang sangat bagus, karena sudut pandang (*angle*) yang dihasilkan oleh fotografer majalah tersebut seringkali diambil dari sudut pandang (*angle*) yang tidak pernah dilakukan oleh fotografer majalah lain, sehingga membuat NG memiliki identitas yang berbeda dari majalah-majalah yang beredar saat ini. Mengenai identitas NG, selain foto-foto, terdapat juga identitas yang menjadi ciri khas dari NG yaitu bingkai warna kuning yang selalu hadir pada tepian majalah berdimensi persegi panjang. Bingkai kuning tersebut merupakan representasi dari logo korporat NG. Bingkai kuning merepresentasikan makna NG sebagai jendela dunia, jendela yang di maknai sebagai tempat untuk memandang keluar untuk melihat kondisi di luar pembaca. Bingkai kuning atau yang di maknai sebagai jendela tersebut sesuai dengan misi NGS yaitu meningkatkan dan meluaskan pengetahuan dengan semangat menjelajahi tetapi tidak untuk menaklukkan yang tujuannya adalah agar sebanyak mungkin orang dapat memiliki jendela nya masing-masing atas dunia yang mereka diami (*Tempo Online*, 2005). Bingkai kuning tersebut sebelumnya telah mengalami pergantian desain dan pada tahun 1960 barulah diputuskan untuk menjadi merek dagang karena sifatnya yang tegas, bersih, sederhana, dan modern, serta tanpa takut kehilangan detail jika direproduksi, diperbesar, ataupun diperkecil. Dan akhirnya hingga saat ini bingkai kuning tersebut menjadi sangat ikonik sekali dengan NG (*Administrator Forum NGI*, 2010).

Salah satu majalah luar negeri yang berhasil diterbitkan di Indonesia adalah majalah NG di mana lisensi penerbitan telah dipegang oleh Grup Kompas Gramedia sejak 2004 dan dikarenakan adanya penyesuaian dengan isi agar sesuai dengan berita lokal Indonesia maka majalah ini baru bisa diterbitkan satu tahun kemudian. *National Geographic* Indonesia (NGI) adalah salah satu majalah yang disadur atau diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia. Majalah ini baru beredar di Indonesia sekitar enam tahun, terhitung mulai bulan April tahun 2005. NGI diresmikan pada 28 Maret 2005 oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang disaksikan penerbit majalah ini, Jakob Oetama sebagai pimpinan Kelompok

Kompas Gramedia. NG merupakan majalah yang mengetengahkan tema hal-hal perdana di dunia tentang *nature science*, kehidupan (sosial, budaya, politik), sejarah, dan teknologi (Administrator Forum NGI, 2009).



Gambar III.2 Timeline NGI dengan berbagai perubahan bentuk medianya (sumber : gambar dan data diolah oleh penulis, 2012)

III.2 Segementasi

NG merupakan majalah yang memiliki ruang lingkup pembahasan tentang *nature science*, kehidupan (sosial, budaya, dan politik), sejarah, dan teknologi. Berdasarkan rung lingkup yang dimiliki oleh majalah tersebut, maka segmentasinya adalah sebagai berikut:

- Demografi :
faktor usia antara 17 tahun – 50 tahun. Dari segi gender, majalah NG dapat dibaca oleh siapa saja baik laki-laki, perempuan, menikah, atau *single*
- Geografis :

Target pembeli dari majalah NG adalah masyarakat yang tinggal di kota-kota besar

- Psikografis :
Mereka yang memiliki aktivitas dinamis, aktif, petualang, dan memiliki keingintahuan yang lebih, serta mereka yang selalu meng-*up-date* informasi baik dari media cetak maupun dengan koneksi internet
- S.E.S (*Socio Economic Status*) :
Mereka yang pendapatannya berada dalam wilayah menengah atas (B,B+,A) mengingat harga majalah NGI perbualan Rp 50.000,-

III.3 Konsep 'Keindahan' Fotografi pada NG

Bagi pembaca, *National Geographic* (NG) secara otomatis akan mengasosiasikan pada sesuatu yang penuh warna, beragam tampilan foto, dan bingkai kuning majalah. Pada generasi masa saat ini, fotografi telah menjadi simbol unik dari NG daripada sebuah peta geografi ataupun penemuan ilmuwan. Livingstone (1988, h.19) menyebut bahwa fotografi untuk NG bukanlah sebuah bentuk estetika desain karena sampai saat ini NG telah berkomitmen dalam dunia jurnalisme, setidaknya dalam diri editor sudah ditanamkan dan dididik bukan sebagai jurnalis seni.

Majalah NG hadir lebih dari satu dekade sebelum tampilan foto-foto mulai mendominasi halaman-halamannya. Awalnya NG sangat mirip dengan jurnal ilmiah karena memang konten informasinya sangat berhubungan dengan hasil penemuan atau penelitian para anggotanya. Kemudian dengan perkembangan teknologi dan informasi, NG mulai dikemas dengan baik layaknya majalah pada umumnya dengan kolom ganda yang beberapa diantaranya dilengkapi dengan foto, gambar atau ilustrasi, serta diagram yang tampaknya seperti litograf yang sengaja untuk direproduksi. Selanjutnya, dalam penerbitan saat ini, dalam menyampaikan atau menceritakan sebuah informasi, NG lebih dan lebih terikat dengan fotografi. Foto-foto yang dihasilkan oleh fotografer mulai dihargai dan mereka justru diberi tugas khusus untuk mencari foto liputan yang sekelas kualitas informasi yang selama ini diberikan oleh NGI.

NG memang menjadikan foto sebagai ujung tombak daya jual mereka. Oleh karena itu, NG memfokuskan fotografer mereka untuk menghasilkan sebuah foto yang ‘*shoot stories*’ (Livingstone, 1988, h.22). Fotografer dituntut untuk mendapatkan gambar atau foto yang benar-benar sangat relevan yang artinya fotografer harus benar-benar mencari sendiri kebenaran dari sebuah cerita, yang berarti menugaskan fotografer untuk terjun langsung pada suatu kejadian atau peristiwa, atau harus tinggal pada suatu tempat yang sangat terpencil, ataupun harus mengikuti rasa penasaran akan sebuah kabar burung yang muncul dari mulut ke mulut masyarakat suatu tempat.

III.4 Identifikasi NGI

NGI dapat dikenali melalui logo dan bingkai yang berwarna kuning. Logo NGI merupakan jenis *logotype* dan *logogram*. *Logotype* tervisualisasikan dalam bentuk huruf atau tipografi. Terdapat dua varian *logotype* yang berbeda antara majalah dan *website*. *Logotype* pada majalah berupa tulisan NATIONAL GEOGRAPHIC INDONESIA. Jenis huruf (*font*) yang dipakai adalah *Times New Romans (sharif)*. Ukuran huruf yang digunakan pada masing-masing kata pada logo NGI berbeda. Tulisan NATIONAL berukuran 86pt, kemudian tulisan GEOGRAPHIC berukuran 94pt, dan untuk tulisan INDONESIA berukuran 26pt. Tulisan NATIONAL dan GEOGRAPHIC menggunakan format rata tengah (*center text*) tetapi diletakkan pada baris yang berbeda, sedangkan tulisan INDONESIA menggunakan format rata kanan (*align text to the right*) dan diletakkan pada baris yang paling bawah.



NATIONAL
GEOGRAPHIC
INDONESIA

Gambar III.3 *Logotype* majalah NGI
(sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis, 2012).

Sedangkan untuk *logotype* NGI pada *website* berupa gabungan antara *logotype* dan *logogram* gambar bingkai yang diperkecil dengan skala. *Logotype* yang digunakan juga berupa tulisan NATIONAL GEOGRAPHIC INDONESIA, akan tetapi memakai jenis huruf (*font*) *Candara (san sherif)*. Pada logo *website*, digunakan ukuran berbeda pada tulisan INDONESIA yang dimaksudkan untuk menunjukkan identitas negara yang mempublikasikan, dan ukuran yang dipakai lebih kecil dari tulisan NATIONAL GEOGRAPHIC. Untuk format penulisan *logotype website* NGI menggunakan format rata kiri (*align text to the left*) dan ditulis dalam satu baris yang sama.



Gambar III.4 *logotype website* NGI dalam beberapa varian bentuk .
Sumber : <http://nationalgeographic.co.id/>
(diunduh tanggal 18 Mei 2012 dari)

Logogram NGI berupa bingkai yang berwarna kuning yang sangat ikonik sekali dengan NG juga NGI sehingga menjadikan majalah tersebut sangat mudah dikenali dan diingat oleh khalayak (Rustan, 2008, h.130).

III.4.1 Majalah NGI

Majalah NGI merupakan jurnal resmi dari NGS yang secara global menyajikan tulisan tentang ‘Dunia dan Segala Isinya’ dengan subjek utama mengenai lingkungan, sejarah, budaya, dan perkembangan sains-teknologi yang semuanya disajikan dalam tulisan populer yang akurat serta didukung oleh foto-foto yang memukau. NGI diterbitkan setiap bulannya dengan tiras yang mencapai 40.300 eksemplar ke seluruh Indonesia. Pada majalah, terdapat juga bagian-bagian yang menjadi interaktivitas dari media itu sendiri. Layaknya halaman beranda (*home*) pada *website*, majalah menjadikan halaman sampul sebagai wilayah utama

interaktivitas antara pembaca dengan konten majalah. Interaktivitas yang terdapat pada halaman sampul adalah sebagai berikut:



Gambar III.5 Interaktivitas sampul majalah NGI (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012 dengan tema *Titanic*).

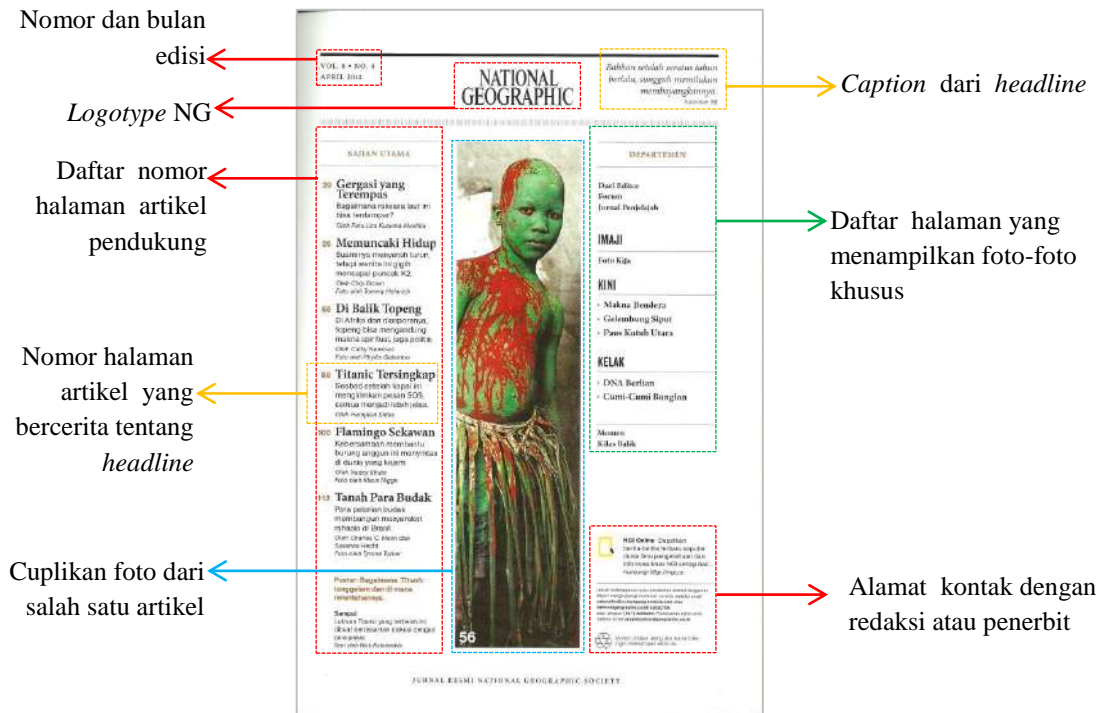
Majalah NGI juga memiliki standarisasi spesifikasi seperti majalah pada umumnya. Spesifikasi dari Majalah NGI adalah sebagai berikut :

Tabel III.1 Spesifikasi Majalah NGI

Format	Majalah
Periode Terbit	Bulanan
Ukuran Trim	175 mm x 255 mm
Ukuran Bleed	185 mm x 264 mm
Kertas Sampul	AK 210 gr, FC 6/4
Kertas Isi	UPM FC 85gr
Jumlah	128 halaman (tidak termasuk sampul)

(sumber: data diolah oleh penulis, 2012)

Tampilan dari halaman daftar isi adalah sebagai berikut:



Gambar III.6 Interaktivitas halaman daftar isi majalah NGI (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

Gambar atau foto yang ditampilkan dalam halaman sampul NGI selalu berhubungan dan menjadi pendukung dan representasi *headline* tema yang ditawarkan setiap bulan. Setiap bulan NGI selalu memberikan tema-tema yang berbeda di mana beberapa tema dikaitkan dengan isu-isu yang sedang berkembang baik dari lokal (Indonesia) maupun isu internasional. Gambar atau foto yang ditampilkan secara tunggal, ditampilkan sebagai *background* dari desain sampul NGI itu sendiri.

Setiap sampul dari majalah merupakan wajah dari halaman-halaman isinya. Peranan sampul majalah bukan hanya sebagai kulit pelindung (kemasan atau *packaging*) namun dapat dikatakan juga sebagai alat untuk menarik perhatian pembaca. Oleh karena itu, elemen-elemen dasar sampul beserta komposisinya harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menciptakan keindahan dan meningkatkan kenyamanan membaca. Untuk interaktivitas pendukung, pada

majalah NGI juga terdapat halaman daftar isi yang akan meng-*guide* pembaca dalam mencari informasi yang disajikan oleh majalah.

Berikut adalah contoh beberapa sampul majalah NGI yang telah diterbitkan pada tahun 2012:



Gambar III.7 Contoh beberapa sampul majalah NGI yang telah diterbitkan pada tahun 2012.
(sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis, 2012)

Layaknya majalah pada umumnya, majalah NGI juga memiliki pengorganisasian konten atau isi berdasarkan jenis atau topik dan aktualitas khususnya dalam pengemasan berita. Pengorganisasian konten tersebut menggunakan *emphasis* atau penonjolan konten yang diatur dan diurutkan sedemikian rupa. *Emphasis* pada majalah juga terdapat beberapa bagaian yang sama seperti buku, misalnya pada bagian sampul. Sampul majalah mendapat perlakuan *emphasis* khusus karena sebagai identitas majalah, penampilan sampul yang atraktif dapat menarik pembaca untuk membeli.

Berikut adalah struktur pengorganisasian atau urutan *emphasis* yang ada dalam majalah NGI (contoh: majalah NGI edisi April 2012) sebagai mana dapat dilihat dihalaman berikut (halaman 40):



Gambar III.8 Urutan *emphasis* pada majalah NGI (contoh edisi April 2012).

Sumber : gambar oleh penulis, 2012

Pada gambar III.8 di atas menunjukkan bahwa majalah NGI memiliki perbedaan dengan majalah yang lainnya. Majalah NGI lebih mementingkan isi berita yang

disampaikan. Sedangkang halaman untuk iklan dibatasi hanya dua halaman sampai tiga halaman saja.

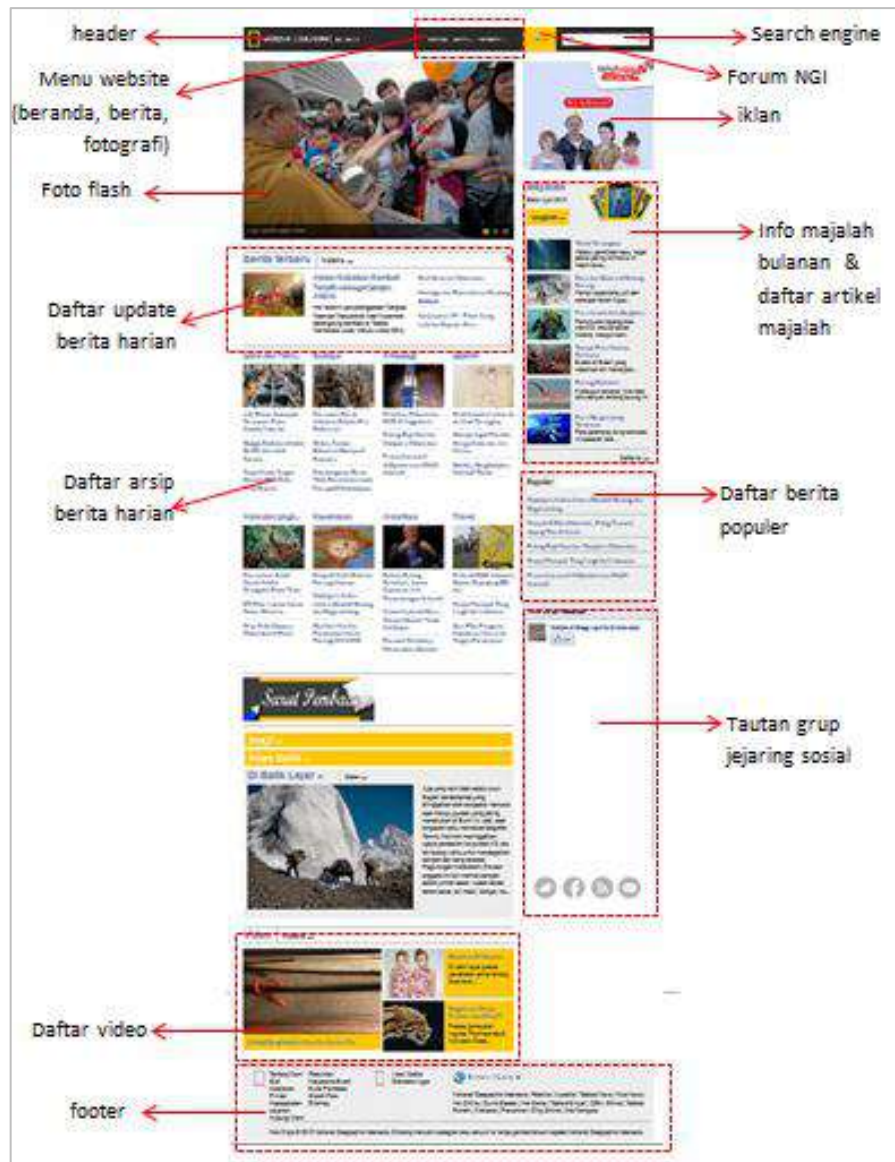
III.4.2 Website NGI

Website NGI yang disebut dengan NGI Daring atau lebih populer dengan sebutan NGI *online* yang beralamatkan di <http://nationalgeographic.co.id/> merupakan sajian portal dan media komunikasi yang ditujukan tidak hanya untuk para pelanggan majalah NGI, tetapi juga diperuntukkan bagi seluruh khalayak pengguna internet. Portal ini dibuat dan dikeluarkan sekitar tahun 2010 dan seiring dengan perkembangan teknologi, informasi, dan desain, portal ini terus melakukan redesain tampilan dan yang terakhir dilakukan pada bulan Maret 2012. Setiap pengunjung melalui situs ini dapat memperoleh informasi-informasi terbaru seputar isu-isu terkini dan isu-isu yang termuat dalam majalah NGI.

NGI *online* juga memiliki berbagai fitur interaktif yang menarik terkait kisah-kisah yang ada di fitur Sajian Utama. Dalam situs ini, pengunjung juga dapat membuka dan mengunduh foto-foto yang menakjubkan dari para fotografer NG baik dari dalam dan luar negeri dalam berbagai ukuran atau resolusi melalui fitur *wallpaper*. Untuk mendapatkan *update* dan berita terbaru dengan topik yang ‘khas’ NG di mana dapat dilihat melalui kanal ‘Aktual’ yang tersedia pada halaman depan situs. Selain dapat mengakses berbagai informasi dan foto-foto yang menarik, pengunjung, khususnya pelanggan NGI dapat juga bergabung dengan layanan diskusi interaktif yang sekaligus membentuk sebuah komunitas *online* yang dapat diakses melalui halaman Forum dan situs anak NGI *online* yaitu Fotokita.net bagi para pecinta fotografi. Dengan fasilitas Forum, pengunjung dapat saling berdiskusi seputar isu-isu yang sedang berkembang sesuai dengan topik-topik yang telah disediakan dalam kanal-kanal spesifik yang disediakan. Khusus untuk Fotokita.net, NGI melengkapi dengan berbagai fitur jejaring sosial untuk lebih memperkuat ikatan dan jalinan komunikasi dan keakraban di antar sesama anggota komunitas.

Pada setiap *website*, keseluruhan teks menjadi interaktivitas dari *website* itu sendiri. Seperti halnya media cetak, halaman depan atau halaman sampul dari *website* adalah halaman beranda (*home*).

Berikut halaman beranda dari NGI *online*:



Gambar III.9 Interaktivitas *website* NGI
(sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

Sedangkan untuk mengetahui *mapping* dari interaktifitas *website* NGI dapat dilihat dihalaman berikut (halaman 42):



Gambar III.10 Mapping Interaktivitas website NGI (sumber : dokumentasi pribadi, 25April 2012).

III.5 Kemasan Berita : Dialektika Tekstual dan Visual (Studi Kasus: Berita *Titanic*)

NG ataupun NGI selalu mengemas informasi dalam beberapa bentuk publikasi, di mana yang digunakan dalam penelitian ini adalah publikasi dalam bentuk majalah dan *website*. Selain itu, *headline* dari edisi April 2012 yang berjudul *Titanic* juga disajikan dalam dua bentuk publikasi, yaitu majalah dan *website*. Dalam pengemasan beritanya, terdapat beberapa perbedaan, baik dari foto-foto yang ditampilkan maupun gaya penulisan artikel.

III.5.1 Majalah NGI



Halaman : 68-69

Halaman : 70-71

Halaman : 72-73

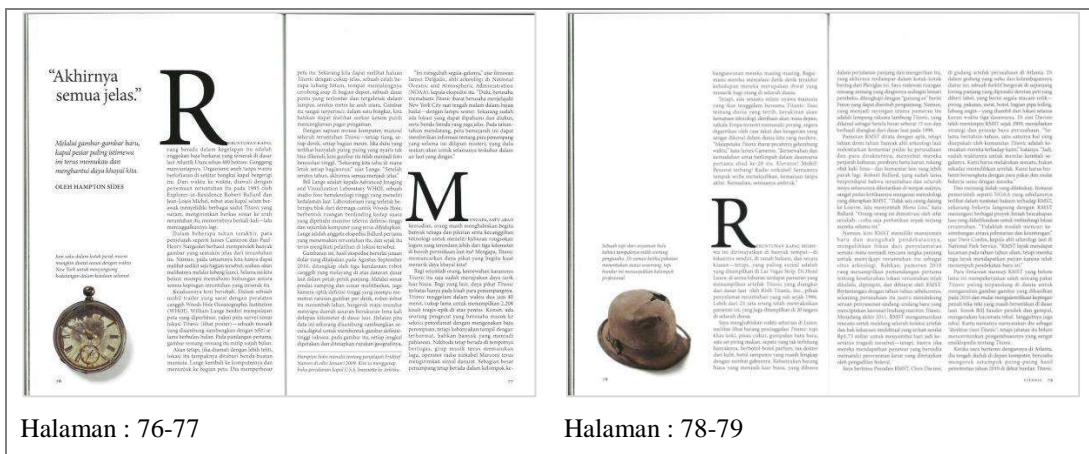
Halaman : 74-75

Gambar III.11 Tampilan halaman 68-75 majalah NGI yang memuat artikel *Titanic Tersingkap* (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

Dalam edisi April tahun 2012 terdapat beberapa konten, konten yang berhubungan dengan *headline* adalah artikel yang berjudul *Titanic Tersingkap*,

diulas dalam 32 halaman dengan komposisi sekitar 20 halaman foto dan 12 halaman tulisan yang berada pada halaman 68 sampai dengan halaman 99, serta bonus poster berwarna dua sisi yang berukuran 60 cm x 25,5 cm. Dalam setiap halaman majalah, ditampilkan foto-foto, baik itu foto-foto tentang benda-benda yang ditemukan sampai dengan foto-foto hasil dokumentasi dari bangkai kapal yang dilakukan oleh para periset di dasar laut. Berikut adalah halaman majalah NGI dengan artikel yang bercerita tentang *Titanic* yang diawali dengan halaman judul yang ditampilkan dalam dua halaman dengan warna halaman yang berbeda. Kemudian setelah dua halaman judul, NGI mulai menampilkan foto-foto yang ditampilkan dalam dua halaman secara penuh (dua halaman menjadi satu *frame* foto).

Setelah menampilkan beberapa foto yang berkaitan dengan *Titanic*, NGI mulai menampilkan informasi dalam bentuk tekstual yang disertai dengan foto-foto dan *emphasis* pada *layout* halaman.

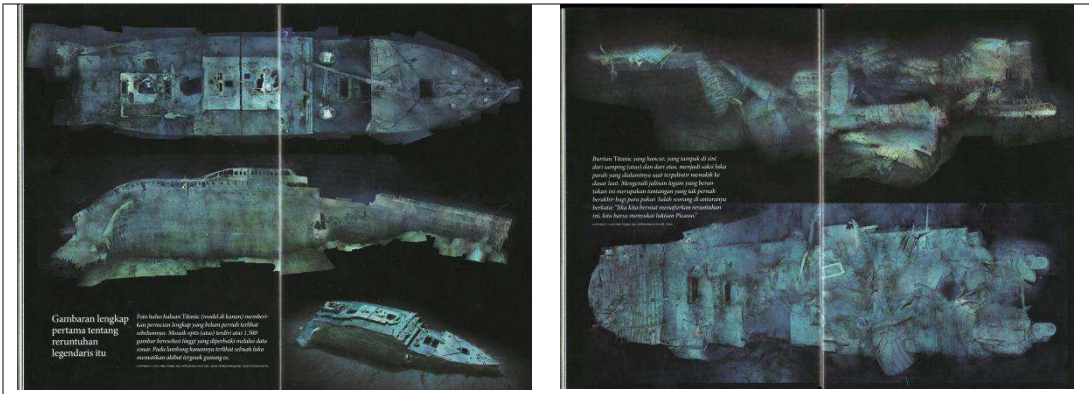


Halaman : 76-77

Halaman : 78-79

Gambar III.12 Tampilan halaman 76-79 majalah NGI yang memuat artikel *Titanic Tersinkap* (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

Kemudian untuk memperjelas dari informasi yang disampaikan tekstual, NGI menampilkan kembali foto-foto yang berkaitan dengan uraian sebelumnya. Tujuan dari penampilan foto-foto tersebut untuk memperjelas gambaran tentang apa yang disampaikan oleh penulis yang berhubungan dengan bangkai kapal yang telah ditemukan.



Halaman : 80-81

Halaman : 82-83

Gambar III.13 Tampilan halaman 80-83 majalah NGI yang memuat artikel *Titanic Tersingkap* (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

Berkaitan dengan halaman foto 80-83, NGI juga menyisipkan informasi dalam bentuk tekstual yang juga disertai dengan foto dan *emphasis*, serta informasi dalam bentuk *timeline* yang diletakkan sendiri memisah dengan *body teks* utama. Kemudian pada dua halaman berikutnya ditampilkan kembali satu foto yang memenuhi dua halaman (dua halaman menjadi satu *frame* foto).



Halaman : 84-85

Halaman : 86-87

Gambar III.14 Tampilan halaman 84-87 majalah NGI yang memuat artikel *Titanic Tersingkap* (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).



Halaman : 88-89

Halaman : 90-91

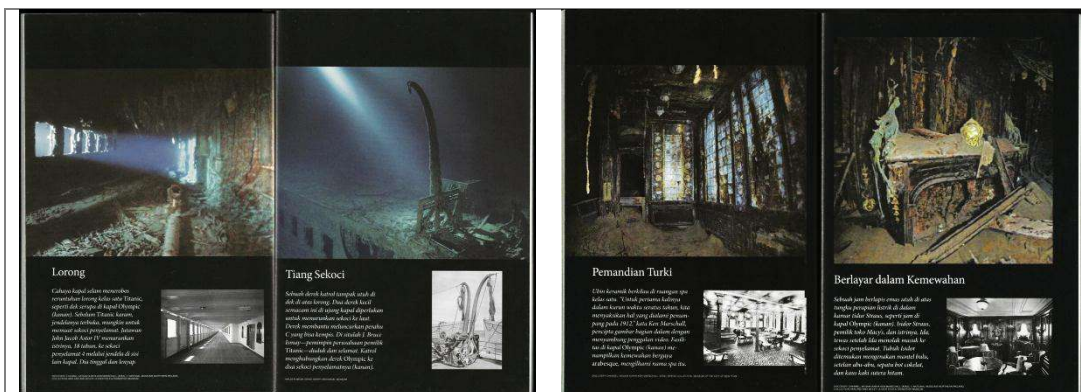


Halaman : 92-93

Gambar III.15 Tampilan halaman 88-93 majalah NGI yang memuat artikel *Titanic Tersingkap* (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

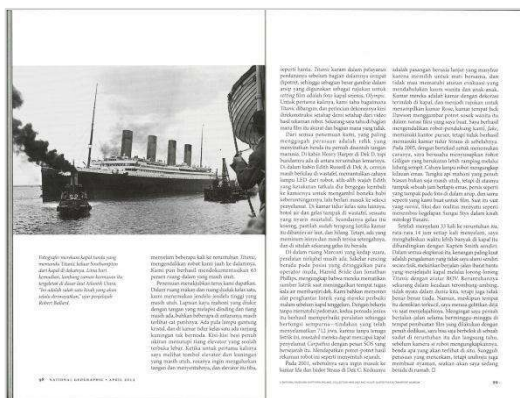
Gambar foto-foto di atas menunjukkan NGI dalam menyampaikan informasi secara tekstual yang tetap disertai dengan informasi secara visual yaitu foto yang disertai dengan *caption*. Dalam informasi secara tekstualnya, NGI tetap memainkan *layout* dengan cara menempatkan beberapa *emphasis*. Kemudian setelah menampilkan informasi dalam bentuk tekstual, NGI kembali menghadirkan satu foto yang ditampilkan dalam dua halaman secara penuh (dua halaman menjadi satu *frame*).

Kemudian pada halaman-halaman terakhir, NGI menampilkan beberapa foto dari beberapa bagian ruangan kapal yang dapat direkam dan ditampilkan beserta gambar pembandingan dari bagian ruang kapal yang sejenis. Tujuannya untuk membantu memperjelas bagian ruang kapal *Titanic* yang sudah terlihat rusak.



Halaman : 94-95

Halaman : 96-97



Halaman : 98-99

Gambar III.16 Tampilan halaman 94-99 majalah NGI yang memuat artikel *Titanic Tersingkap* (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

Dan pada halaman penutup, NGI kembali memberikan informasi dalam bentuk tekstual, akan tetapi permainan dalam *layout* tidak begitu ditonjolkan hanya saja tetap menampilkan foto yang ditampilkan sekuran setengah halaman dan disertai dengan *caption*.

Selain artikel yang ada dalam majalah, NGI juga menambahkan bonus poster berwarna dua sisi yang berisi kronologi adegan tabrakan *Titanic* yang semakin memperjelas gambaran tentang apa yang sebenarnya terjadi dengan kapal tersebut.

Berikut adalah tampilan dari poster berwarna yang dimaksud sebagaimana dapat dilihat dihalaman berikut (halaman 49):



Gambar III.17 Bonus poster majalah NGI “Adegan Tabrakan *Titanic*” (sumber : reproduksi gambar oleh penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

III.5.2 Website NGI

Pada *website* NGI juga terdapat artikel yang berkaitan dengan *headline* dari majalah NGI edisi April 2012, akan tetapi artikel tersebut tidak menjadi *headline* pada halaman beranda (*home*) *website* NGI. Terdapat perbedaan dalam tampilan artikel yang berjudul *Titanic Tersingkap* pada versi majalah dan *website*. Jika majalah menampilkan beberapa foto, sedangkan untuk *website* hanya menampilkan satu foto saja. Satu foto tersebut digunakan terus menerus dalam tujuh halaman yang menyampaikan tentang artikel tersebut.

Berikut foto yang ada dalam halaman artikel *Titanic Tersingkap* pada *website* NGI:



Gambar III.18 Foto yang dipakai dalam artikel yang disajikan dalam *website* NGI (sama dengan foto yang ditampilkan dalam majalah NGI pada halaman 95).

Sumber: <http://nationalgeographic.co.id/media/feature/620/0/201203291410360/b/titanic-tersingkap.jpg>

(diambil : 26 April 2012)

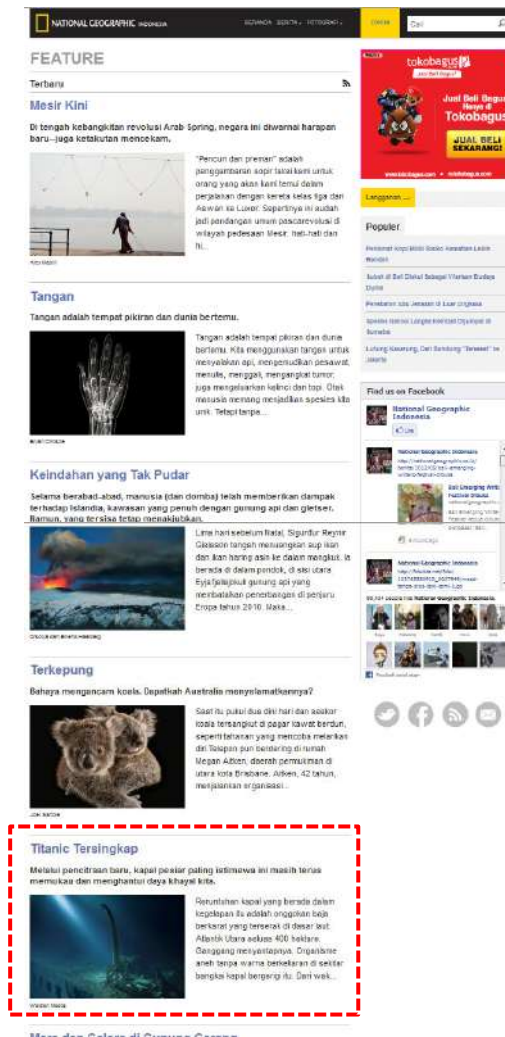
Foto yang ditampilkan dalam *website* NGI hanya satu foto saja yang ditampilkan dalam beberapa sesi halaman *website* NGI. Foto tersebut juga menjadi salah satu dari beberapa foto yang ditampilkan dalam artikel *Titanic Tersingkap* yang ada dalam halaman majalah NGI edisi April 2012. Foto tersebut berjudul *Tiang Sekoci*.

Berikut adalah tampilan dari halaman *website* NGI yang menampilkan isi artikel yang sama dengan versi majalah, akan tetapi dalam versi *website*, artikel hanya

ditampilkan apa adanya dalam bentuk tekstual aja tanpa memainkan unsur desain dan *layout* seperti yang dilakukan oleh versi majalah.



Gambar III.19 Tampilan halaman artikel *Titanic Tersingkap* pada website NGI (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).



Gambar III.20 Tampilan indeks *feature* berita terbaru pada *website* NGI yang menunjukkan berita *Titanic* (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

Gambar III.20 menunjukkan keberadaan dari foto *Tiang Sekoci* yang menjadi informasi visual tunggal dalam artikel *Titanic Tersingkap* yang dipakai secara terus menerus untuk menginformasikan bahwa di dalam *website* NGI terdapat ulasan mengenai kejadian *Titanic* sama seperti dengan yang dituliskan dalam versi majalah NGI hanya saja perbedaan terdapat pada foto yang disajikan.

BAB IV

ANALISA PENGEMASAN BERITA *TITANIC TERSINGKAP* DALAM MEDIA NGI (MAJALAH DAN *WEBSITE*)

IV.1 Media NGI dan Tema *Titanic* dalam Perancangannya

Tema *Titanic* dipilih oleh NGI sebagai tema edisi April 2012. Hal tersebut dikarenakan seiring dengan peringatan dunia akan tragedi tersebut yang telah menginjak usia 100 tahun. Dengan tema *Titanic* menjadikan media NGI menempatkan *Titanic* pada bagian-bagian tertentu media yang tujuannya untuk semakin menarik minat baca pembaca dan menggerakkan fantasi pembaca sebelum membaca ulasannya.

IV.1.1 *Titanic* dalam Majalah NGI

Kehadiran *Titanic* pada edisi April 2012 sedikit banyak juga memberikan pengaruh dalam perancangan media majalah NGI. Beberapa elemen penting majalah menjadi bagian dari representasi *Titanic* diantaranya yaitu halaman sampul, daftar isi, halaman departemen editorial, bonus poster, dan tentu saja pada rubrikasi artikel.

Pada halaman sampul, NGI merepresentasikan *Titanic* melalui sebuah ilustrasi yang mendramatisir proses terbelahnya kapal di dalam air. Ilustrasi tersebut tidak berdiri sendiri, akan tetapi NGI juga merubah warna dari *logotype* majalah yang biasanya tercetak warna hitam atau putih menjadi warna gradasi biru tua ke warna biru yang lebih muda serta penempatan *logotype* yang seakan-akan juga akan ikut tenggelam bersama kapal yang terbelah. Kemudian tema edisi *Titanic* juga direpresentasikan melalui tulisan yang menjadi latar belakang dari ilustrasi kapal terbelah dan penempatannya menggambarkan posisi yang sudah tenggelam. Representasi dari tragedi tersebut dipertegas dengan penggambaran garis permukaan air dan bagian belakang kapal yang sengaja digambarkan melewati bingkai kuning yang selalu ada pada halaman sampul. Selain itu *blocking* warna hitam yang berbatasan langsung dengan garis permukaan air semakin mempertegas waktu kejadian tragedi dan menjadi konotasi dari tragedi yang

sangat suram dan menakutkan. Uraian tersebut diperjelas melalui gambar sampul majalah NGI edisi April 2012 sebagai berikut (gambar IV.1 kiri) :



Gambar IV.1 Halaman sampul dan halaman daftar isi dari majalah NGI. (sumber: reproduksi gambar dari data koleksi majalah NGI penulis edisi April 2012).

Pada gambar IV.1 kanan, halaman daftar isi yang ditandai dengan kotak merah dan penomoran dengan warna merah bertujuan untuk menunjukkan ditemplatkannya beberapa informasi mengenai artikel *Titanic Tersingkap*. Kemudian representasi *Titanic* yang mempengaruhi dalam perancangan majalah edisi April 2012 yaitu adanya bonus poster berwarna dua sisi yang menceritakan bagaimana kapal tersebut tenggelam dan di mana reruntuhannya. Poster tersebut berukuran 60cm x 25,5cm yang dicetak pada kertas *art paper*. Sisi A poster menggambarkan tiap-tiap adegan dari proses terjadinya tragedi tersebut dengan judul *Akhir Tragis Titanic*. Sisi A ditampilkan dalam posisi vertikal dan arah pembacaan dari arah atas ke arah bawah. Dimulai dari tertabraknya lambung kapal sebelah kanan pada gunung es sampai dengan kapal yang sudah terbelah menjadi dua dan sudah berada di dasar laut. Adegan-adegan tersebut ditampilkan dalam bentuk ilustrasi dan dari salah satu adegan yang ada menjadi ilustrasi untuk halaman sampul majalah. semua ilustrasi per adegan selalu disertai dengan *caption* yang menerangkan waktu kejadian dan kondisi kapal.

Berikut adalah tampilan dari sisi A dan sisi B poster sebagaimana dapat dilihat:

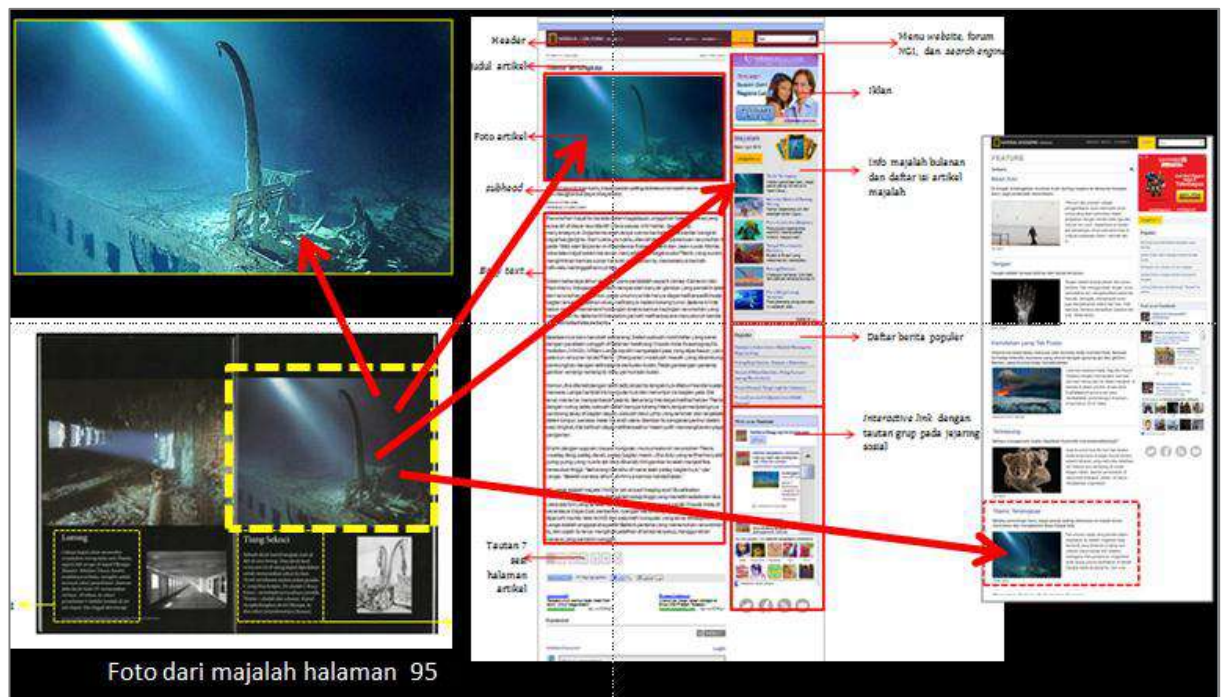


Gambar IV.2 Poster sisi A (atas) dan sisi B (bawah) dari majalah NGI edisi April 2012. (sumber: reproduksi gambar dan diolah dari data koleksi penulis).

Kemudia sisi B poster (gambar IV.2 bawah) ditampilkan dalam posisi horisontal dengan arah pembacaan dari kiri ke kanan. Gambar yang ditampilkan dalam sisi B poster merupakan gambar hasil pindai sonar kapal selam untuk mendeteksi letak dari keseluruhan reruntuhan kapal tersebut. Gambar yang terlihat sekilas tampak seperti permukaan sebuah planet, akan tetapi jika melihat pada keterangan gambar yang ditampilkan dengan teknik *digital imaging* maka akan diketahui beberapa bagian dari tubuh kapal yang telah tercerai berai dan terpisah dalam jarak puluhan bahkan ratusan meter di dasar laut. Di sisi tepi sebelah kiri terdapat uraian penjelasan dari beberapa bagian tubuh kapal yang dapat diidentifikasi.

IV.1.2 *Titanic* dalam Website NGI

Pada *website* NGI kehadiran *Titanic* jika dilihat dari aspek desain dan perancangan, *Titanic* hanya menjadi bagian dari informasi yang disampaikan saja dan tidak memberikan pengaruh pada desain tampilan visual. Berikut adalah tampilan dari *website* NGI dengan konten berita *Titanic*:



Gambar IV.3 Tampilan visual berita *Titanic Tersingkap* dan foto pendukungnya. (sumber: gambar diolah oleh penulis, 2012).

IV.2 Sajian Foto dan Pengemasan Berita

Dalam sebuah pemberitaan, sajian foto-foto memberikan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi pembaca. Melalui sajian foto, pembaca dapat dengan mudah membayangkan, mengimajinasikan, ataupun memfantasikan apa yang disampaikan oleh media sehingga persepsi yang diterima oleh pembaca kurang lebih akan sama dengan apa yang diharapkan oleh media. Setiap media memiliki cara pandang tersendiri dalam memaknai setiap peristiwa yang terjadi dan mewujudkannya ke dalam teks media. Media mengkonstruksi peristiwa sesuai dengan idealisme masing-masing media di mana disesuaikan dengan realitas yang terjadi. Dalam studi kasus pemberitaan *Titanic*, NGI memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan berita tersebut yang dikemas dengan judul *Titanic Tersingkap* dalam bentuk majalah dan *website*.

IV.3 Sajian Foto dalam Majalah NGI

Artikel yang berjudul *Titanic Tersingkap* disajikan dalam 32 halaman majalah di mana 14 halaman diantaranya menjadi dua halaman terbuka sehingga terlihat menjadi 7 *frame* foto tersendiri yang menampilkan satu foto secara penuh disertai *caption*. Dan 18 halaman lainnya memuat tulisan-tulisan dari dua orang penulis. Dari 32 halaman majalah tersebut, dapat diidentifikasi 21 foto yang terdiri dari 5 foto desain, 16 foto jurnalistik.

Foto-foto jurnalistik yang ditampilkan dalam artikel tersebut cenderung ditampilkan dalam ukuran yang besar dan bahkan hampir memenuhi dua halaman yang seakan-akan menjadi satu *frame* tersendiri. Sedangkan untuk foto-foto desain ditampilkan dalam ukuran yang relatif kecil dan dijadikan sebagai foto pendukung. Adapun beberapa foto yang sebenarnya foto jurnalistik tetapi dalam format desain yaitu foto-foto yang merupakan hasil terjemahan dari sonar kapal selam.

Berikut tampilan foto-foto yang ada pada artikel *Titanic Tersingkap* sebagaimana dapat dilihat di halaman berikut (halaman 56) :



Gambar IV.4 Identifikasi foto jurnalistik dan foto desain dalam artikel *Titanic Tersingkap*.
(sumber: reproduksi gambar dan dioleh oleh penulis dari data koleksi penulis)

Diawali oleh halaman judul, di mana judul *Titanic Tersingkap* dicetak secara terpisah dalam dua halaman yang berbeda yaitu pada halaman 68 dan halaman 69, yang ditampilkan dalam dua warna halaman yang berbeda. Kata *Titanic* terletak pada halaman 68 yang dicetak menggunakan warna putih pada halaman yang berwarna hitam. Setelah kata *Titanic* dituliskan *deck* yaitu beberapa kalimat yang berhubungan dengan judul yang akan memandu pembaca kedalam artikel terkait yang juga dicetak menggunakan warna putih. Kemudian dibawahnya terdapat ilustrasi sebuah kapal untuk memperjelas kapal yang dimaksud dalam artikel dan

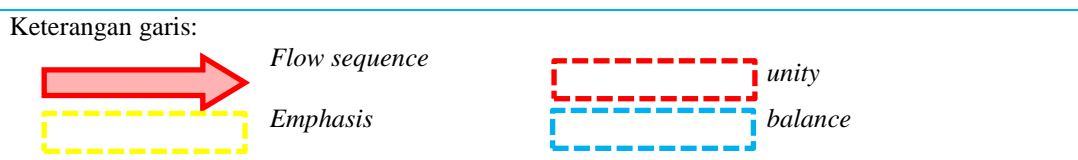
dibawahnya lagi terdapat beberapa kalimat yang juga dicetak warna putih. Sedangkan kata *Tersingkap* terletak pada halaman 69 yang dicetak dalam warna hitam pada halaman yang berwarna putih. Kemudian di bawah terdapat sebuah foto dari salah satu benda yang ditemukan dari reruntuhan kapal *Titanic*. Jika melihat kembali pada kalimat-kalimat yang dituliskan di bawah ilustrasi kapal, maka kalimat tersebut menjadi *caption* bagi gambar artefak tersebut.



Gambar IV.5 Halaman : 68-69 dari artikel “Titanic Tersingkap”
(sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

Kata *Titanic* yang dicetak dalam warna putih bertujuan sebagai kontras dan terlihat dalam *background* warna hitam. Warna hitam dapat dikonotasikan sebagai kondisi malam hari atau dini hari yang masih gelap gulita waktu terjadinya tragedi kecelakaan kapal tersebut pada pukul 2.20 (waktu setempat kejadian) yang tertulis dalam *deck*. Warna hitam dapat dikonotasikan sebagai kedukaan. Selain itu, warna hitam dipilih untuk menguatkan artikel yang mengungkap misteri tragedi kecelakaan *Titanic* tersebut, karena warna hitam dianggap sebagai lambang misteri (Darmaprawira, 2002, h.48). Ilustrasi kapal yang ada di bawah *deck* merupakan ilustrasi dari kapal yang namanya menjadi bagian dari judul artikel tersebut yaitu *Titanic*.

Pada halaman 69, kata kedua dari judul (*Tersingkap*) ditulis pada halaman yang berwarna putih. Warna putih dapat dikonotasikan sebagai sifat ‘kejujuran’ yang menangkal sifat dari sebuah misteri (Darmaprawira, 2002, h.38), dalam hal ini warna putih digunakan sebagai halaman awal untuk mengungkap sebuah misteri dari tragedi kapal *Titanic*. Foto yang berada dibawah kata kedua judul tersebut secara sepintas terlihat seperti bentuk kompas atau jam yang hanya tersisa bagian bingkai lingkarannya saja. Jika melihat pada halaman 68, terdapat *caption* yang menjelaskan benda tersebut. Benda tersebut adalah lubang jendela kapal yang masih utuh yang dilontarkan oleh lempengan lambung kapal ketika menghantam dasar laut. Dari foto tersebut dapat terlihat bahwa bingkai jendela kapal masih memiliki bentuk yang sempurna, hanya saja kaca yang ada di dalam bingkai tersebut terlihat retak.



Gambar IV.6 Formula *layout* halaman : 68-69
(sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

Jika dilihat dari prinsip *layout* dalam desain grafis yaitu *sequence* (urutan atau *flow* perhatian), *emphasis* (penekanan atau kontras), *balance* (keseimbangan), dan *unity* (kesatuan) (Rustan, 2010, h.75), maka kesemuanya terdapat pada kedua halaman judul di atas.

Pada halaman judul, foto lubang jendela menjadi *point of interest* yang dipilih untuk mengawali rangkaian artikel-artikel tersebut. Lubang jendela dapat diartikan sebagai tempat untuk memandangi keluar untuk melihat kondisi di luar. Disamping itu, jika mengingat *logogram* dari NGI yaitu bingkai kuning yang diibaratkan sebagai jendela, maka dapat di-*index*-kan juga pada halaman judul artikel *Titanic Tersingkap*, NGI sengaja menampilkan salah satu lubang jendela dari kapal tersebut.



Gambar IV.7 Foto lubang jendela pada halaman judul (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

Kata “*Titanic*” dikombinasikan dengan warna hitam dan kata “*Tersingkap*” dikombinasikan dengan warna putih. Dua kombinasi tersebut menjadi cara tersendiri NGI dalam mengemas suatu berita. *Titanic* merupakan penanda tragedi kemanusiaan yang sangat fenomenal hingga saat ini, setiap orang yang mengetahui tragedi tersebut pasti akan terbayang suatu kecelakaan kapal yang sangat menyedihkan. Fenomena tersebut menjadikan *Titanic* sebagai penanda sesuatu yang kelam, suram, dan gelap. *Tersingkap* merupakan kata yang menunjukkan suatu kebenaran, terbongkarnya suatu rahasia, suatu yang terang dan jelas, serta

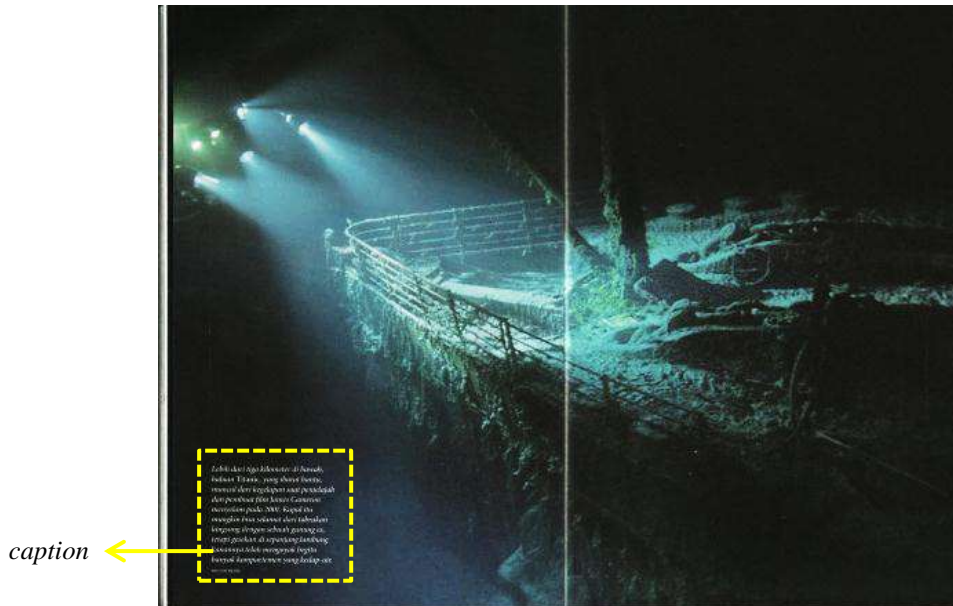
terbuka. Penggunaan kata tersebut sebagai cara NGI untuk menyampaikan apa yang sebenarnya terjadi dengan *Titanic* sehingga menjadi bentuk kemasan tersendiri yang menjadi identitas bagi NGI.

Setelah melihat dari keseluruhan formula *layout* dari halaman judul tersebut (gambar IV.6), semua elemen yang ada dalam dua halaman judul (terdiri dari : tulisan (*text*), warna, gambar, dan *layout*) menjadi *studium* karena dapat dipahami sebagai informasi yang bersifat umum. Akan tetapi ketika melihat warna halaman (hitam dan putih), *deck*, *caption*, dan foto lubang jendela, kesemuanya menjadi informasi yang dianggap penting (*punctum*) yang *men-trigger* pembaca untuk berimajinasi atau berfantasi tentang bagaimana kapal *Titanic* tersebut mengalami kecelakaan untuk pertama dan terakhir kalinya yang akhirnya tenggelam.

Pada dua halaman berikutnya (halaman 70-71) ditampilkan satu foto yang memenuhi dua halaman tersebut sehingga dua halaman menjadi satu *frame* foto. Gambar IV.8 merupakan sebuah foto jurnalistik yang berjenis *science and technology photo* di mana foto menampilkan bagian ujung depan kapal atau disebut dengan haluan kapal yang hampir keseluruhan permukaannya telah ditumbuhi oleh *rusticle* (semacam karang tetapi lebih halus) sehingga dapat diindikasikan bahwa kapal tersebut telah lama karam di dasar laut. Secara keseluruhan foto terlihat gelap, akan tetapi terdapat warna yang lebih terang yang berasal dari sebuah cahaya. Dalam bahasa fotografi, foto tersebut dapat dikategorikan dalam bahasa komposisi yaitu warna dan cahaya.

Bahasa warna yang ditampilkan termasuk dalam warna psikis yaitu bahasa yang memberikan gambaran suasana yang berhubungan dengan 'rasa' dan membentuk komunikasi psikis (Pratikno (1979) dalam Iskandar (2007, h.11)). Warna yang ditampilkan dalam foto di bawah ini, lebih dominan menunjukkan warna hitam dan sedikit warna biru. Warna hitam dapat dikonotasikan sebagai suasana yang gelap dan ketidakhadiran cahaya (Darmaprawira, 2002, h.48), warna-warna yang cenderung gelap tersebut dapat diindikasikan bahwa letak bangkai haluan kapal tersebut berada jauh dibawah dasar laut yang gelap sekai karena tidak ada cahaya yang bisa sampai di dasar laut tersebut. Selain itu sesuai dengan bahasa komposisi cahaya dengan kategori *low key* yang semakin menjelaskan bahwa foto tersebut

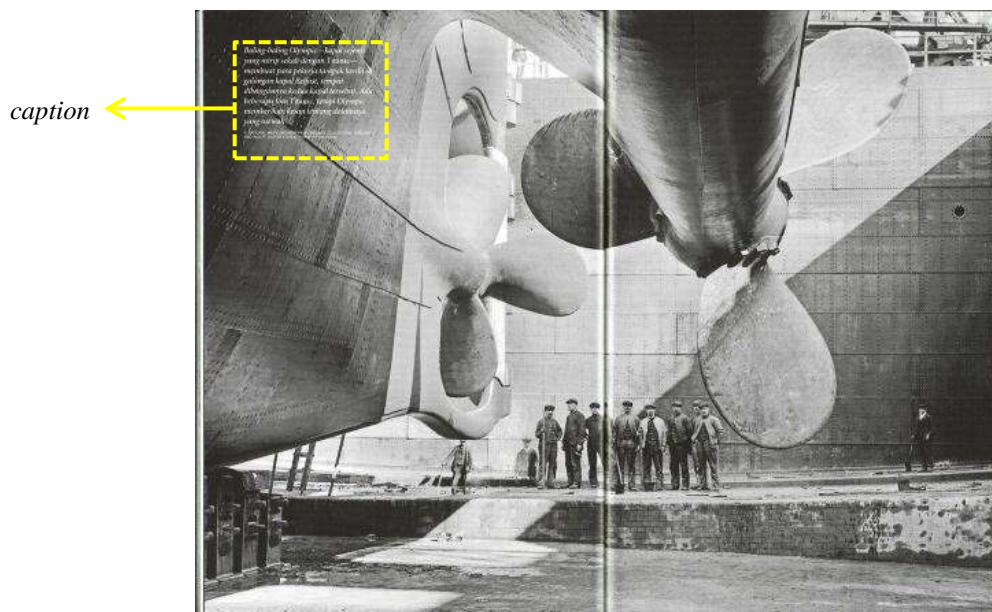
mengkomunikasikan sebuah misteri dari bangkai kapal tersebut. Sedangkan warna biru yang dihasilkan dari cahaya lampu kapal selam yang disorotkan ke bagian ujung haluan kapal dapat diindikasikan sebagai proses penemuan dari bangkai kapal.



Gambar IV.8 Halaman : 70-71 dari majalah NGI edisi April 2012
(sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Ujung haluan kapal yang ditampilkan dalam foto terlihat tidak hancur dan cenderung terlihat masih kokoh dengan susunan pagar haluan yang masih terlihat rapi, dari tampilan tersebut sebenarnya membangun imajinasi atau fantasi pembaca tentang proses kecelakaan yang dialami *Titanic*. Sebelumnya, *Titanic* dikabarkan menabrak gunung es yang mengakibatkan kapal tersebut tenggelam. Akan tetapi, jika memang benar bahwa kapal tersebut menabrak gunung es, maka ujung haluan kapal tidak akan utuh seperti yang ditampilkan dalam foto di atas. Imajinasi atau fantasi yang terbangun akan diperkuat dengan *caption* yang berada pada pojok kiri bawah. Secara keseluruhan dapat dianggap sebagai *studium* jika hanya melihat pada foto tanpa membaca *caption*. Akan tetapi ketika setelah membaca *caption* tersebut, dan kemudian melihat kembali pada foto tersebut, maka foto menjadi sesuatu yang penting (*punctum*) karena masing-masing elemen visual yang ada dalam foto mampu memainkan imajinasi pembaca.

Kemudian dua halaman berikutnya (halaman 72-73) juga menampilkan satu foto yang memenuhi dua halaman tersebut sehingga menjadi satu *frame* foto. Foto yang ditampilkan menunjukkan suasana tempat pembuatan kapal (galangan kapal) dengan beberapa orang pekerja yang terlihat sedang berdiri di bawah baling-baling buritan kapal. Berdasarkan bahasa fotografi, foto tersebut dapat dikategorikan dalam bahasa komposisi baik dari segi tata letak, objek, ataupun warna.



Gambar IV.9 Halaman : 72-73 dari majalah NGI edisi April 2012
(sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Bahasa tata letak terlihat dari objek para pekerja yang berada tepat dibawah baling-baling buritan kapal, tata letak tersebut sepertinya sengaja di *setting* untuk menunjukkan perbandingan ukuran kapal dengan ukuran manusia sehingga kemungkinan akan memicu imajinasi pembaca tentang sebuah kapal yang berukuran sangat besar sekali. Bahasa objek yang ditampilkan dalam foto terlihat dari dinding bagian bawah buritan dan baling-baling kapal. Pada bagian dinding bagian bawah buritan diperlihatkan plat-plat baja yang disatukan dengan cara dilas dengan sempurna dan sangat rapi, di mana menunjukkan bahwa kapal tersebut dikerjakan dengan sangat detail dan ketelitian (akurasi) yang sangat tinggi. Sedangkan bahasa warna yang ditampilkan dalam foto tersebut bernuansa

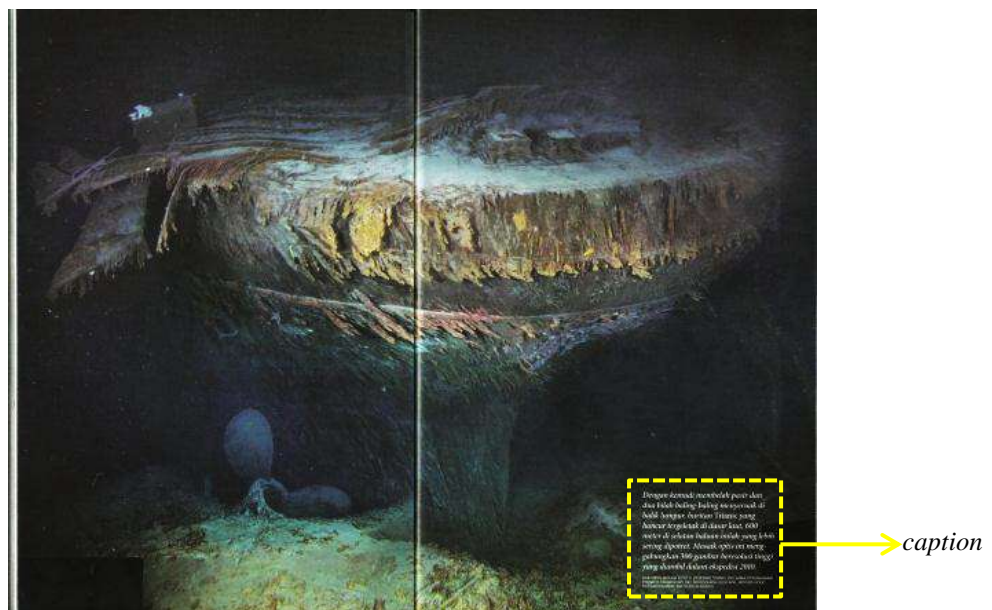
abu-abu. Warna abu-abu dapat diinterpretasi sebagai lambang intelegensia, sesuatu yang sangat canggih dan mutakhir, tetapi juga dapat menunjukkan sebuah foto yang sudah berumur lama atau usang (Darmaprawira, 2002, h.38).

Caption yang berada pada pojok kiri atas menginformasikan bahwa kapal yang ditampilkan dalam gambar IV.9 bukanlah kapal *Titanic* akan tetapi kapal lain yang sejenis dan mirip sekali dengan *Titanic* yang bertujuan untuk menunjukkan desain dari kapal tersebut. Jika melihat pada foto tersebut saja tanpa harus membaca *caption* sebenarnya dapat menjadi sesuatu yang dianggap penting (*punctum*) yang mengajak pembaca untuk membayangkan sebuah kapal yang sangat luar biasa baik ukuran, desain, dan teknologi yang dipakai dalam pembuatannya. Akan tetapi dengan kehadiran *caption* yang menjelaskan bahwa kapal yang difoto bukan lah dari kapal yang dimaksud melainkan kapal sejenis yang sangat mirip sekali, semakin mengajak pembaca untuk berfantasi atau mengimajinasikan kapal yang sesungguhnya.

Pada dua halaman berikutnya (halaman 74-75), juga ditampilkan sebuah foto yang memenuhi dua halaman secara penuh (dua halaman menjadi satu *frame* foto). Foto menampilkan sebuah benda yang terlihat terbuat dari kayu yang sudah lama menumpuk di dasar laut dan telah ditumbuhi oleh *rusticle*. Akan tetapi jika membaca *caption*, terdapat informasi tentang benda tersebut. Benda tersebut adalah bagian belakang kapal (buritan) yang bagian kemudinya terlihat menancap pada pasir dasar laut sehingga membuat sebagian dari baling-baling kapal juga tertutup pasir dasar laut. Jika dilihat dengan menggunakan bahasa fotografi, maka dapat dikategorikan dalam komposisi warna dan tekstur. Dari komposisi warna, yang terlihat dominan masih cenderung warna-warna gelap dan terdapat juga bagian yang berwarna terang.

Dalam foto terdapat *emphasis* yang mengkontraskan warna gelap dan terang. Warna terang yang berada pada tengah-tengah foto seakan-akan memfokuskan pembaca pada bagian kemudi dan baling-baling dari buritan kapal. Sedangkan warna gelap mengaburkan informasi-informasi yang berada disekitar belakang buritan, kemudi, dan baling-baling kapal. Foto tersebut hanya akan menjadi sesuatu yang umum (*studium*) jika hanya melihatnya tanpa membaca *caption*.

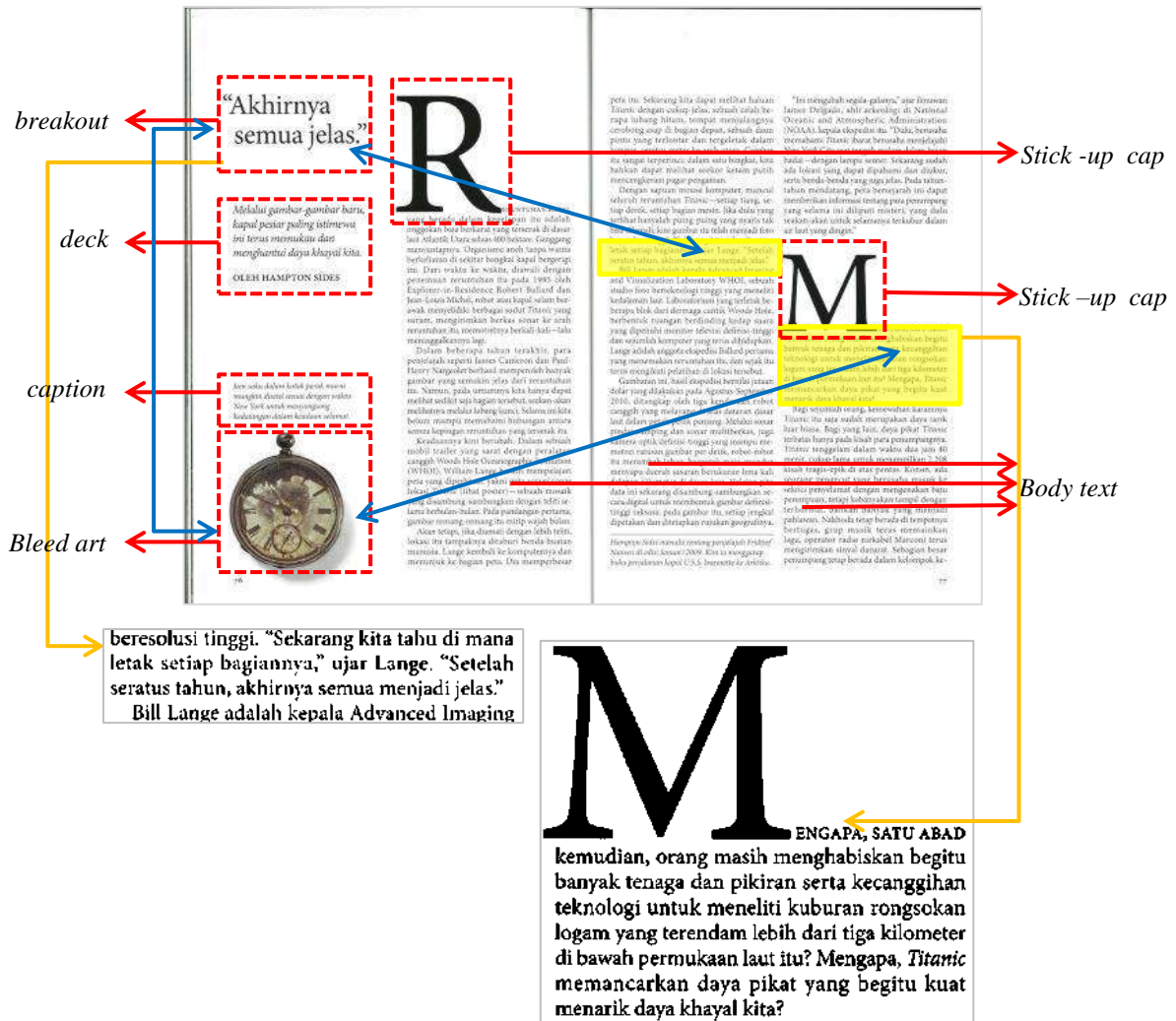
Pada *caption* tertulis informasi yang juga penting bahwa bagian buritan tersebut ternyata terpisah cukup jauh dengan bagian haluan yang lebih sering di-*explor* dan difoto, padahal dengan melihat bagian buritan juga akan lebih memperjelas adegan dari tragedi kapal tersebut. Ketika melihat foto kembali setelah membaca *caption* yang terdapat pada gambar IV.10 tersebut, maka foto bagian buritan menjadi sebuah informasi yang dapat dianggap penting (*punctum*) yang memicu pembaca untuk mengimajinasikan proses jatuhnya bagian buritan kapal ke dasar laut.



Gambar IV.10 Halaman : 74-75 dari majalah NGI edisi April 2012
(sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Pada halaman berikutnya yaitu halaman 76-77 yang memberikan sebagian besar informasi dalam bentuk tekstual yang disertai dengan beberapa *emphasis* pada beberapa elemen *layout* yaitu pada *stick-up cap* (huruf awal yang diperbesar dan menjulang), *breakout* (frase atau kalimat yang diambil dari teks utama), *deck* (*tag line*), dan *bleed art* (foto, gambar, ataupun warna yang berada di pinggir halaman). *Emphasis* ditampilkan dengan tujuan untuk memainkan emosi dari pembaca. *Bleed art* yang menampilkan gambar jam saku memiliki hubungan dengan *breakout* “Akhirnya semua jelas”. Jam saku yang merupakan salah satu artefak yang berhasil ditemukan dari dasar laut dapat dikonotasikan sebagai mesin penghitung waktu (*stopwatch*) yang seakan-akan menghitung waktu yang telah

lama sekali untuk mengungkap sebuah misteri dari tragedi *Titanic* tersebut. Konotasi tersebut diperkuat juga dengan adanya kalimat-kalimat dari *body text* yang menjadi *breakout*, di mana tertulis keterangan waktu yang sangat lama untuk mengungkap misteri tersebut.



Gambar IV.11 Halaman : 76-77 dari majalah NGI edisi April 2012 (sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

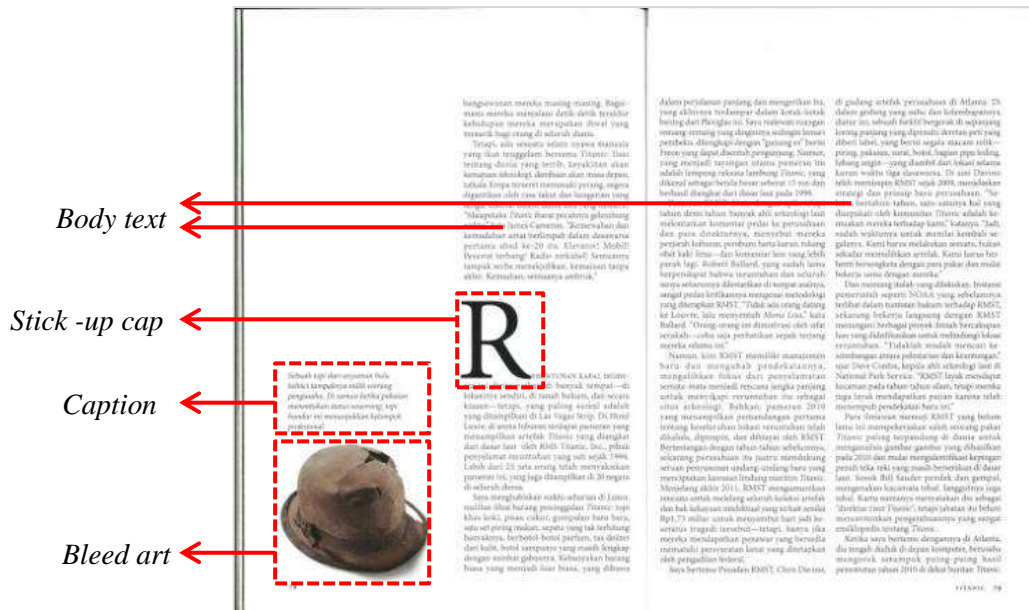
Body text yang terdapat di kedua halaman tersebut dibagi menjadi dua bagian yang ditandai dengan satu *stick up-cap* yang masing-masing berada pada awal kalimat. Dengan membaca tulisan-tulisan tersebut secara keseluruhan dan berurutan, dapat dikategorikan bagian-bagiannya yaitu *bagian pertama* ditandai

dengan *stick-up cap* R yang di dalamnya terdapat tulisan-tulisan yang bersifat teknis dan hasil yang didapat ketika mengeksplorasi kembali reruntuhan *Titanic* di dasar laut, sedangkan *bagian kedua* adalah bagian yang ditandai dengan *stick-up cap* M di mana tulisan-tulisan yang dibuat tidak berhubungan dengan eksplorasi reruntuhan melainkan penulis mencoba menggambarkan kondisi dari semua penumpang dan awak kapal pada detik-detik terakhir kehidupan mereka. Gambaran-gambaran tersebut yang dituangkan dalam tulisan-tulisan pada bagian kedua tersebut seakan-akan mengajak pembaca untuk berimajinasi atau berfantasi, bagian kedua inilah yang menjadi informasi yang dapat dianggap sebagai sesuatu yang penting (*punctum*) dari kedua halaman tersebut.

Kehadiran teks menjadi kekuatan tersendiri dalam sebuah narasi artikel, teks memang seharusnya hadir untuk membangun sebuah objektifitas yang nantinya dapat dipahami oleh semua pembaca yang disasar. Selain foto, teks juga mampu membangun sebuah imajinasi atau fantasi yang didasari oleh logika dan pengetahuan. Pada gambar IV.11 dapat diketahui bahwa teks menempati dua posisi yaitu jurnalistik dan desain. Teks sebagai jurnalistik hadir sebagai intelektual faktual yang bertujuan untuk mempersuasi atau mendramatisir suatu berita. Sedangkan teks dalam desain yaitu dapat dilihat dalam wujudnya yang hadir dalam sebuah *layout* desain dari artikel majalah.

Pada gambar IV.12 menunjukkan bahwa informasi yang diberikan secara keseluruhan masih dalam bentuk tekstual. Kedua halaman ini merupakan halaman lanjutan dari dua halaman sebelumnya (gambar IV.11) di mana juga mengikuti gaya *layout* dari dua halaman sebelumnya yang disertai dengan *emphasis*, yaitu pada *stick-up cap* dan *bleed art*. *Layout* yang digunakan juga masih sama. *Bleed art* menampilkan sebuah topi kulit bundar berwarna coklat yang terlihat sudah rusak di beberapa sisinya. Gambar topi tersebut pada *caption*-nya terdapat keterangan bahwa topi tersebut milik dari salah satu penumpang. *Bleed art* tersebut jika dihubungkan dalam keseluruhan teks yang ada pada halaman 78-79, maka gambar topi tersebut menjadi salah satu *image* yang dapat dikaitkan dengan bagian kedua tulisan. Pada kedua halaman tersebut terdapat bagian ketiga dari tulisan-tulisan yang ditandai dengan *stick-up cap* R, di mana pada bagian ini

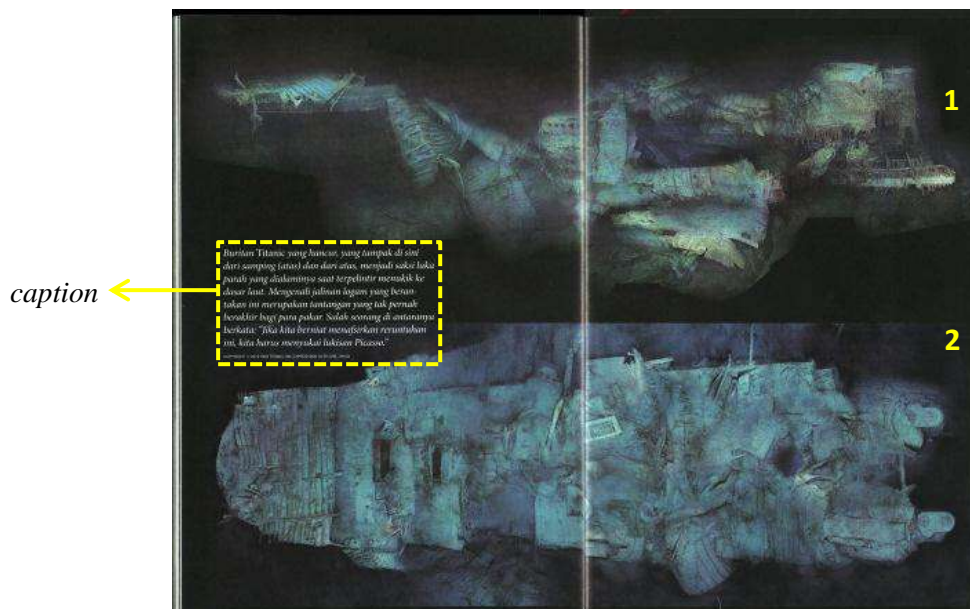
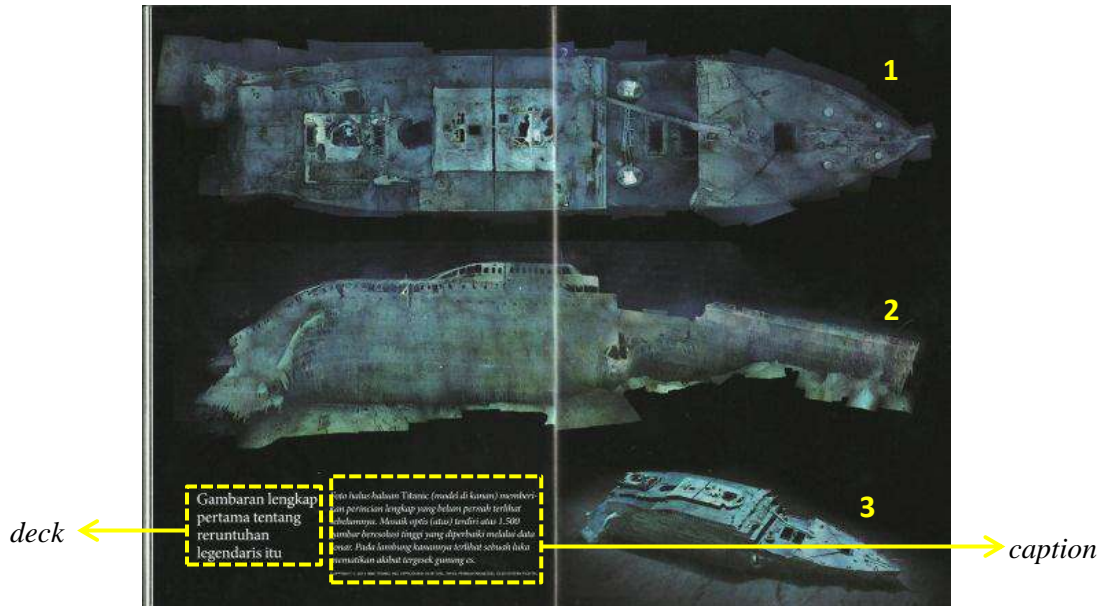
penulis mengulas tentang hal-hal yang berkaitan dengan artefak-artefak yang telah ditemukan dari reruntuhan kapal.



Gambar IV.12 Halaman : 78-79 dari majalah NGI edisi April 2012 (sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Kemudian pada empat halaman berikutnya (halaman 80-83), secara keseluruhan informasi yang diberikan dalam bentuk visual yaitu lebih banyak menggunakan foto. Foto-foto yang ditampilkan merupakan hasil pindaian sonar-sonar dan hasil rekaman kamera optik, yang kemudian digabung-gabung untuk mengasilkan gambar yang beresolusi tinggi dan kemudian dibuat kembali modelnya. Empat halaman menyampaikan informasi yang saling berkaitan, yaitu menunjukkan bentuk reruntuhan dari kapal *Titanic* secara lengkap. Empat halaman tersebut terbagi menjadi dua bagian dengan masing-masing terdiri dari dua halaman, di mana kesemuanya menampilkan gambar-gambar tampak dari beberapa sisi reruntuhan dari kapal tersebut. Foto-foto reruntuhan tersebut menampilkan beberapa gambar tampak untuk menunjukkan bagian-bagian penting yang menjadi sebab awal dari tenggelamnya kapal tersebut. Berdasarkan bahasa fotografi, kedua halaman foto tersebut dikategorikan sebagai bahasa objek. Objek yang ada dalam kedua halaman foto tersebut menunjukkan badan kapal yang terbelah menjadi dua yaitu setengah badan ke depan (halaman 80-81) dan

setengah badan ke belakang (halaman 82-83). Kedua foto dibawah ini menunjukkan kondisi objek yang terlihat sangat rusak dan bahkan hancur, terlihat dari beberapa robekan yang ditunjukkan.



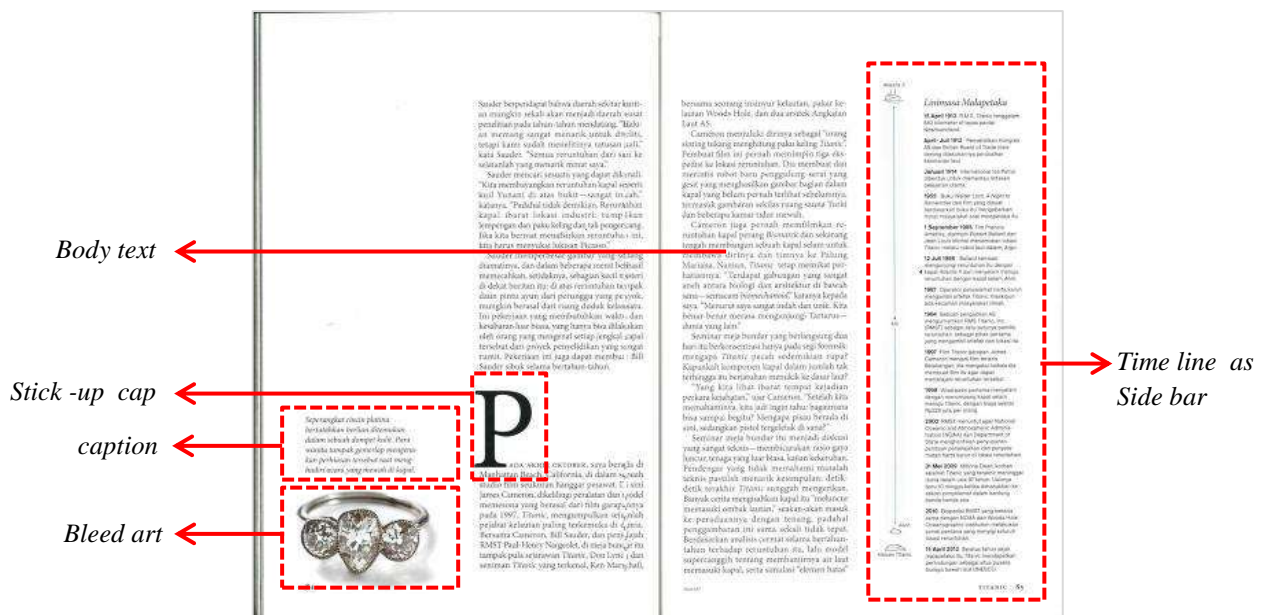
Gambar IV.13 Halaman : 80-81 (atas) dan halaman : 82-83 (bawah) dari majalah NGI edisi April 2012 (sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Pada halaman 80-81, terlihat bahwa bagian depan haluan tidak mengalami kerusakan. Ujung haluan terlihat masih sangat utuh, di mana dapat dilihat dari gambar IV.13 atas nomor 1 dan 3. Akan tetapi jika melihat pada gambar IV.13 atas nomor 2 yang merupakan gambar tampak sisi kanan kapal maka akan terlihat kerusakan yang berbentuk seperti robekan-robekan yang berada pada bagian dinding lambung kanan kapal. Pada kedua halaman ini juga terdapat *deck* dan *caption*. Pada *caption* tertulis keterangan yang menginformasikan penyebab utama dari kecelakaan kapal tersebut yaitu robekan-robekan yang ada pada sisi kanan lambung kapal. Dengan hadirnya *caption* menjadikan gambar nomor 2 sebagai informasi yang dianggap penting (*punctum*) karena memicu pembaca untuk membayangkan bagaimana robekan-robekan di sisi kanan lambung kapal tersebut terjadi dan menyebabkan kapal tersebut terbelah menjadi dua bagian.

Pada halaman 82-83 menampilkan foto bagian setengah badan kapal ke belakang yang terlihat sangat hancur berantakan. Yang terlihat dari objek foto yaitu lembaran-lembaran yang terburai dan saling bertumpukan. Dari gambar IV.10 bawah dapat terlihat bahwa bagian setengah badan kebelakang tersebut mengalami kerusakan yang sangat parah dibandingkan dengan bagian setengah badan kapal ke depan (gambar IV.13 atas). Lembaran-lembaran yang tidak beraturan tersebut sangat sulit untuk ditentukan bagian-bagiannya masing-masing. Dari kedua gambar tampak tersebut, kerusakan akan sangat jelas terlihat pada gambar IV.13 bawah nomor 1 karena sangat jelas sekali terlihat lembaran-lembaran yang saling bertumpukan. Pada *caption*-nya tertulis keterangan yang menyebut tumpukan lembaran-lembaran tersebut akibat jatuhnya bagian tersebut di dasar laut dan menjadikan foto-foto pada gambar IV.13 bawah menjadi sesuatu yang dianggap penting (*punctum*).

Pada dua halaman berikutnya, majalah NGI kembali memberikan informasi secara tekstual di mana halaman tekstual tersebut masih merupakan kelanjutan dari tulisan-tulisan yang sebelumnya. Di mana juga mengikuti gaya *layout* dari tiga halaman tulisan sebelumnya yang disertai dengan *emphasis*, yaitu pada *stick-up cap* dan *bleed art*. *Layout* yang digunakan juga masih sama akan tetapi terdapat *time line* yang menjadi informasi terpisah dan diletakkan pada tepi halaman 85

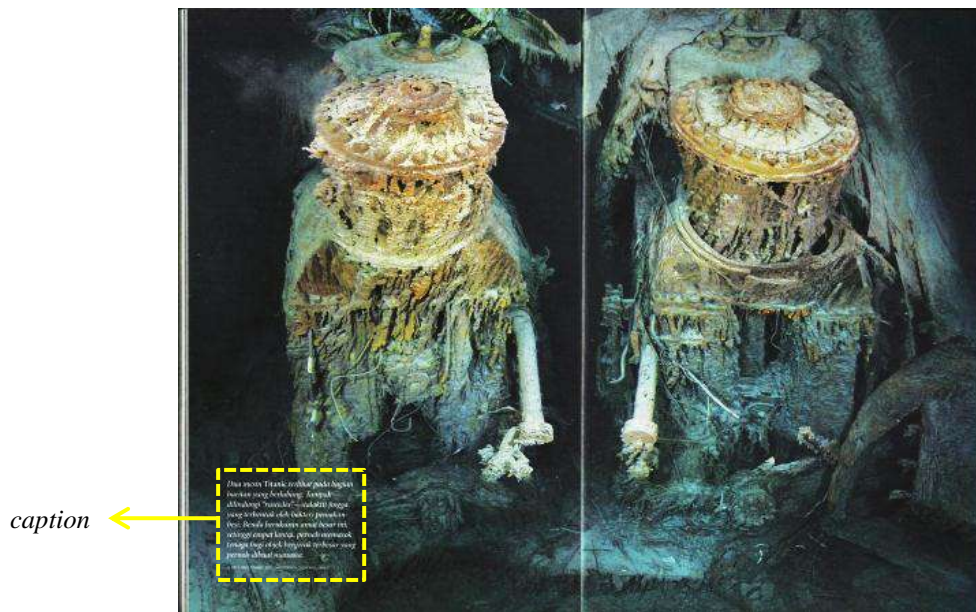
(disebut dengan *sidebar*). Kedua halaman tersebut memiliki hubungan dengan empat halaman foto sebelumnya yang terlihat dari kalimat-kalimat lanjutan ketiga bagian dari rangkaian tulisan sebelumnya. Pada halaman ini terlihat menarik karena terdapat informasi yang berbentuk *timeline* sederhana yang berupa tulisan. Meskipun begitu, *timeline* sederhana tersebut sangat informatif karena memberikan gambaran singkat tentang 100 tahun yang telah dilampaui tragedi tersebut untuk mendapatkan sebuah kebenaran peristiwa.



Gambar IV.14 Halaman : 84-85 dari majalah NGI edisi April 2012 (sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Kemudian pada dua halaman berikutnya (gambar IV.15), kembali ditampilkan informasi dalam bentuk visual yaitu satu foto yang memenuhi dua halaman secara penuh (dua halaman menjadi satu *frame*) dan disertai *caption*. Jika dilihat secara sekilas, foto tersebut memperlihatkan semacam mesin kembar yang telah tertutupi permukaannya oleh *rusticles*. Pada *caption* juga dijelaskan tentang dua mesin kembar tersebut yang ternyata dua mesin yang menghasilkan tenaga bagi kapal *Titanic* ketika berlayar. Yang membuat foto dua mesin tersebut istimewa adalah keterangan pada *caption* yang menjelaskan bahwa tinggi dari dua mesin kembar tersebut adalah setinggi bangunan empat lantai. Jika setelah membaca *caption* tersebut dan kemudian melihat kembali pada foto dua mesin tersebut dengan

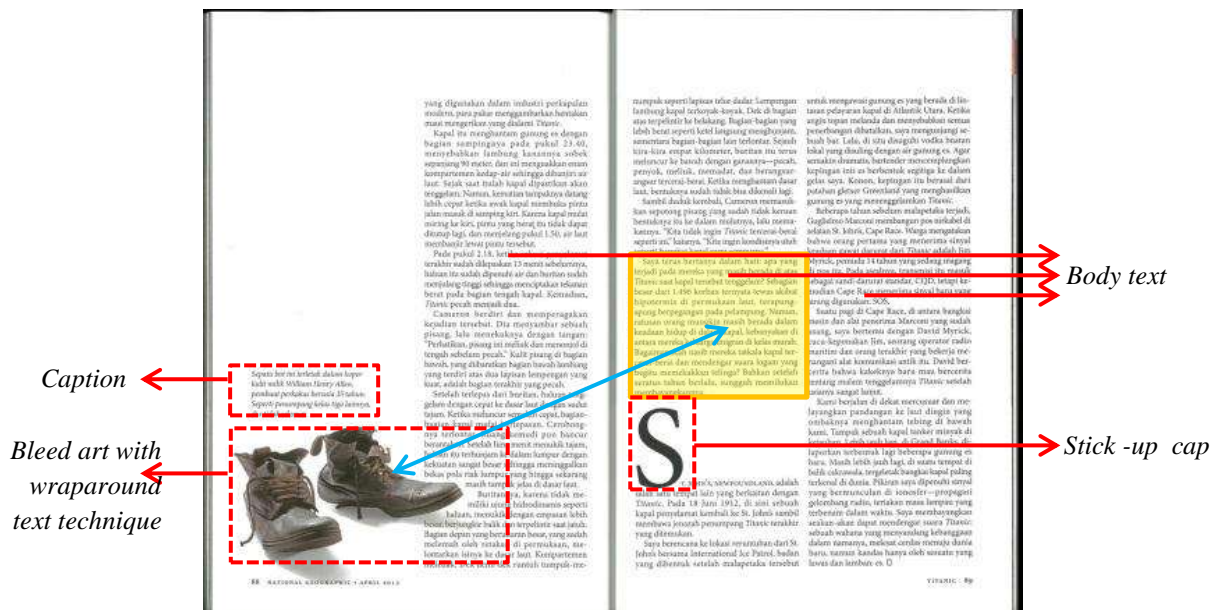
detail maka akan memicu pembaca untuk kembali membayangkan dua mesin yang sangat tinggi dan besar, serta tidak terkecuali fantasi tentang sebuah kapal yang sangat luar biasa istimewa baik dari segi ukuran dan juga teknologinya akan kembali mengisi pikiran-pikiran dari pembaca. Sehingga dengan adanya *caption*, foto dua mesin tersebut menjadi foto yang penting (*punctum*).



Gambar IV.15 Halaman : 86-87 dari majalah NGI edisi April 2012
(sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Setelah dua halaman foto dua mesin kembar tersebut, kembali ditampilkan informasi dalam bentuk tekstual yang juga masih lanjutan dari rangkaian tulisan-tulisan yang sebelumnya dan merupakan dua halaman tekstual terakhir dari rangkain tulisan-tulisan yang sebelumnya tersebut (gambar IV.16). Pada dua halaman tersebut juga masih menggunakan gaya *layout* dari tiga halaman tulisan sebelumnya yang disertai dengan *emphasis*, yaitu pada *stick-up cap* dan *bleed art*. *Layout* yang digunakan juga masih sama, akan tetapi cara penempatan *bleed art* yang sedikit berbeda dengan sebelumnya. *Bleed art* yang menampilkan foto sepasang sepatu berwarna coklat gelap dengan bentuknya yang sudah tidak sempurna. *Bleed art* masih diletakkan di sisi pojok kiri bawah yang disertai dengan *caption*, akan tetapi diatur sedemikian rupa dan terlihat lebih menyatu

dengan teks. Jika hanya membaca seluruh rangkaian tulisan yang ada dalam kedua halaman tersebut maka foto sepasang sepatu dalam dua halaman tersebut akan menjadi hal yang biasa saja. Akan tetapi foto sepasang sepatu tersebut menjadi konotasi dari gambaran nasib penumpang kelas tiga sebagai kelas termurah dari pelayaran kapal tersebut. Dalam teks tersebut digambarkan bahwa sebagian besar yang menjadi korban dari tragedi tersebut adalah penumpang kelas tiga.



Gambar IV.16 Halaman : 88-89 dari majalah NGI edisi April 2012 (sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Kemudian setelah rangkaian tulisan-tulisan pertama selesai pada halaman 89, pada dua halaman selanjutnya, juga masih terdapat rangkaian tulisan dari penulis yang berbeda (gambar IV.17). Penulis pada bagian ini adalah seorang yang terkenal dengan hasil filmnya yaitu *Titanic*, yang juga menjadi salah satu penjelajah sekaligus menjadi orang yang berperan dalam pemecahan misteri kapal *Titanic* tersebut. Dua halaman tersebut memberikan informasi dalam bentuk tektual dan visual yang seimbang, di mana tektual dikurangi dari porsi yang biasanya dan foto dalam ukuran yang lebih besar (setengah halaman majalah). *Emphasis* yang digunakan pada dua halaman ini terdapat pada *breakout*, *deck*, *stick-up cap*, dan juga foto. Foto pada halaman 91 tersebut sengaja ditampilkan

dengan ukuran yang lebih besar dari ukuran foto halaman tekstual sebelumnya dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa untuk memecahkan misteri *Titanic* dibutuhkan diskusi yang sangat serius oleh pakar-pakar *Titanic* yang dilengkapi dengan data-data yang sudah diperoleh dan juga terlihat dalam gambar yaitu model dari kapal *Titanic* dengan berbagai ukuran.



Gambar IV.17 Halaman : 90-91 dari majalah NGI edisi April 2012 (sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

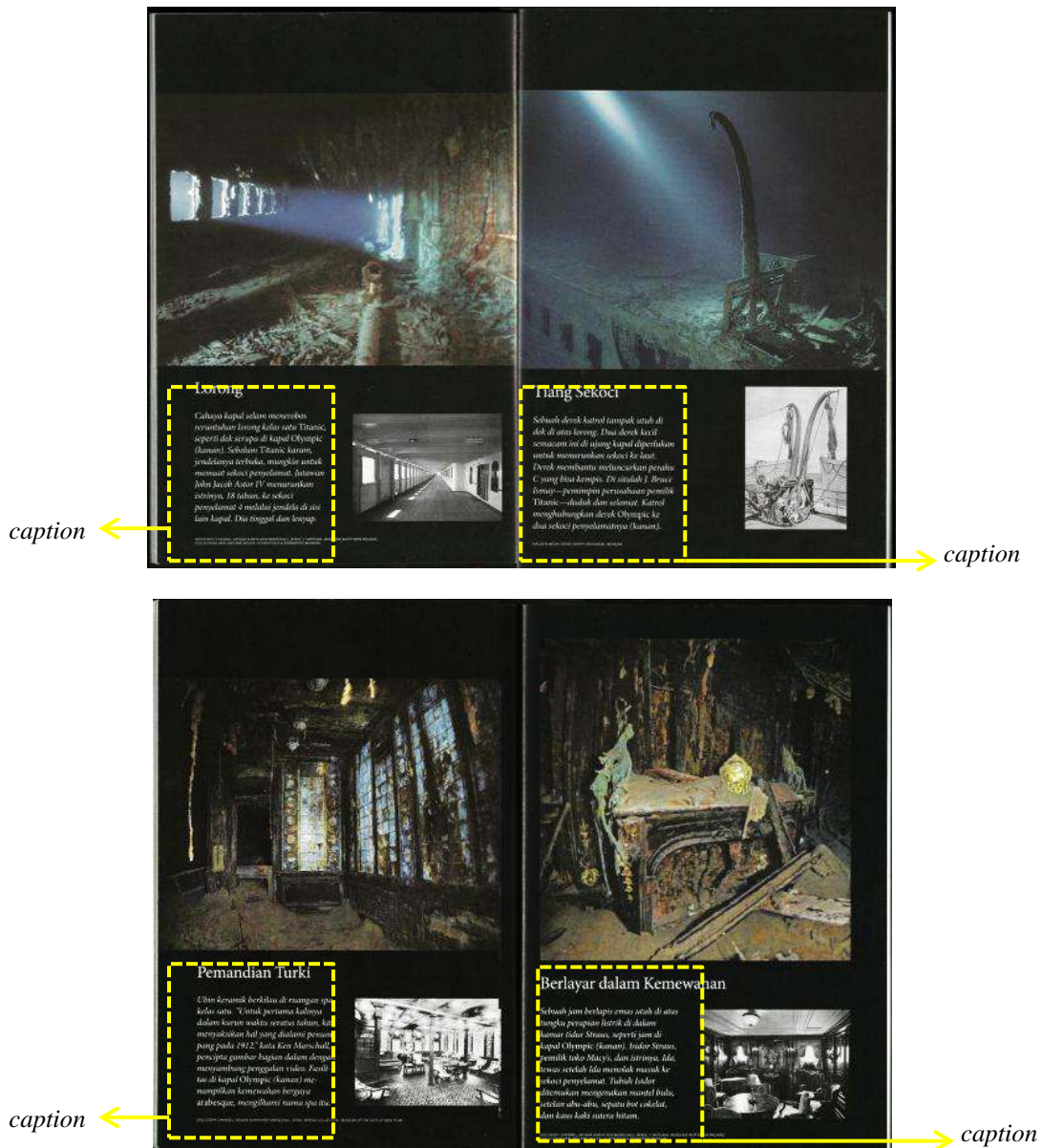
Kemudian pada enam halaman berikutnya, informasi kembali ditampilkan dalam bentuk visual, yaitu foto-foto yang didapat dari eksplorasi reruntuhan kapal tersebut. Dua halaman pertama (gambar IV.18) menjadi satu *frame* foto tersendiri yang disertai *caption*. Dalam foto tersebut menunjukkan sebuah jangkar yang berada disisi kiri lambung kapal. Jangkar tersebut terlihat juga telah terselimuti oleh *rusticles* dan juga terlihat badan kapal yang telah terendam oleh lumpur pasir dasar laut hingga kira-kira setengah dinding lambung kapal. Tingginya lumpur pasir tersebut menunjukkan bahwa kapal tersebut sudah sangat lama sekali karam di dasar laut. Pada *caption*-nya tertetulis bahwa jangkar yang ada dalam foto tersebut ternyata belum sempat digunakan dalam pelayaran pertama dan terakhir dari kapal *Titanic*.



Gambar IV.18 Halaman : 92-93 dari majalah NGI edisi April 2012
(sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Pada empat halaman berikutnya juga masih menampilkan foto-foto akan tetapi foto-foto yang ditampilkan tidak sebesar foto pada dua halaman sebelumnya. Dari keempat halaman tersebut ditampilkan beberapa foto dari hasil eksplorasi beberapa bagian-bagian dalam dari reruntuhan kapal di mana tiap dua halaman masing-masing menampilkan empat buah foto yang terdiri dari dua foto hasil eksplorasi yang disertai dengan foto hitam putih dan *caption* berjudul.

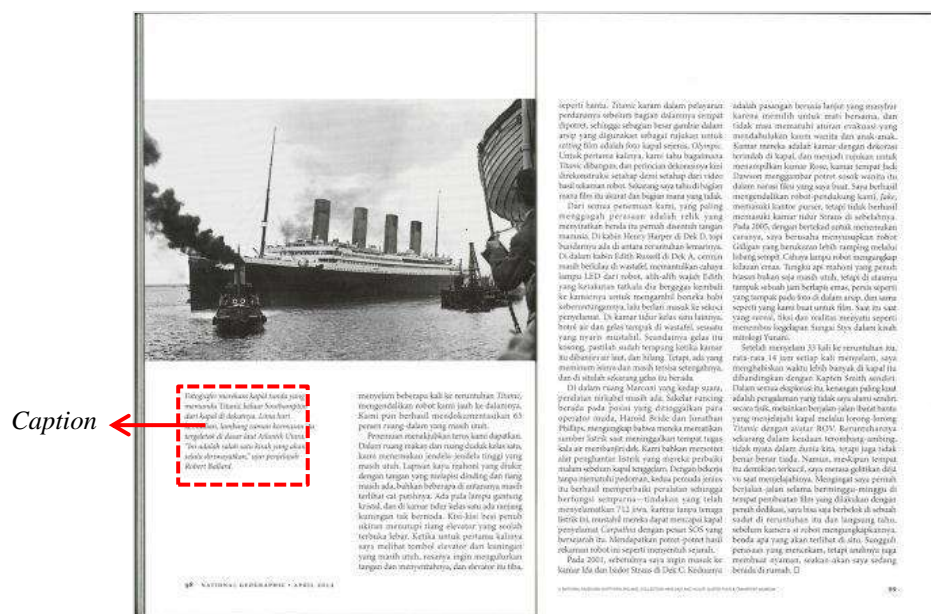
Pada dua halaman pertama (gambar IV.19 atas) menampilkan foto dengan judul ‘Lorong’ dan ‘Tiang Sekoci’. Foto ‘Lorong’ menunjukkan sebuah lorong yang terlihat memiliki beberapa jendela, dinding dari ruang lorong tersebut juga telah diselimuti oleh *rusticles* dan terlihat juga runturan-runturan dari beberapa bagian yang berserakan dilantai lorong. Dibagian foto ‘Lorong’ tersebut terdapat foto hitam putih dan *caption* yang menjelaskan tentang kisah dari lorong tersebut. Pada *caption*-nya terdapat keterangan bahwa foto hitam putih disebelah *caption* adalah bukan foto dari kapal *Titanic* melainkan foto dari kapal sejenis yaitu *Olympic*. Foto hitam putih lorong *Olympic* disertakan dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang jelas atau sebagai rujukan tentang bagian-bagian ruang kapal *Titanic*.



Gambar IV.19 Halaman : 94-95 (atas) dan halaman : 96-97 (bawah) dari majalah NGI (sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Layout yang dipakai pada tiga halaman berikutnya juga sama dengan layout halaman foto ‘Lorong’, di mana foto asli hasil eksplorasi diletakkan di atas dengan ukuran hampir setengah halaman majalah kemudian dibagian bawahnya disertakan *caption* yang berjudul serta foto hitam putih dari kapal sejenis sebagai pembanding. Dari keempat halaman tersebut, foto hitam putih meskipun ditampilkan dalam ukuran yang relatif lebih kecil dari foto-foto di atasnya, foto hitam putih tersebut cukup membantu pembaca dalam membayangkan kondisi

beberapa bagian dalam kapal *Titanic* tersebut. Terutama pada foto yang berjudul ‘Pemandian Turki’, ‘Berlayar dalam Kemewahan’, dan ‘Lorong’, seakan-akan mengajak untuk berfantasi seandainya kita sebagai pembaca berada langsung dalam kapal tersebut dan merasakan kemewahan-kemewahan yang ada di dalamnya. Dengan adanya *caption* dan foto hitam putih tersebut menjadikan foto-foto asli hasil eksplorasi reruntuhan sebagai informasi yang dianggap penting (*punctum*).



Gambar IV.20 Halaman : 98-99 dari majalah NGI edisi April 2012 (sumber : reproduksi gambar dari data koleksi penulis).

Dan pada bagian terakhir dari artikel *Titanic Tersingkap* tersebut, diakhiri dengan dua halaman penutup (gambar IV.20) yang menampilkan informasi dalam bentuk tekstual dan visual dalam bentuk foto beserta *caption*. Informasi yang berbentuk tekstual juga tetap seperti *layout* dari halaman tekstual sebelum-sebelumnya, akan tetapi *emphasis* yang digunakan dalam kedua halaman ini hanya berupa foto hitam putih yang ditampilkan dengan ukuran hampir setengah halaman majalah. kedua halaman tersebut, dalam informasi tekstualnya memberikan gambaran tentang eksplorasi yang dilakukan oleh penulis artikel tersebut sehingga diceritakan pula dengan detail apa saja yang telah ditemukan dari reruntuhan

kapal tersebut. serangkaian tulisan-tulisan tersebut juga berhubungan dengan foto-foto yang telah ditampilkan dalam halaman-halaman sebelumnya.

IV.4 Sajian Foto dalam *Website* NGI

Pada versi *website*, foto yang ditampilkan merupakan salah satu foto dari beberapa gambar yang telah ditampilkan dalam majalah. Foto yang dipilih dari majalah untuk ditampilkan dalam *website* adalah foto yang berjudul ‘Tiang Sekoci’ (seperti pada gambar IV.19 atas). Akan tetapi, foto yang ditampilkan tidak disertai dengan *caption* dan keterangan judul dari foto tersebut. Foto tersebut menjadi bagian dari judul dan disertai dengan *subhead* di bagian bawah foto. *Subhead* yang dituliskan dalam artikel *website* merupakan *deck* dari halaman awal (halaman : 76-77) artikel dalam majalah. Sedangkan untuk isi artikel yang disajikan, isinya sama persis dengan majalah akan tetapi terdapat perbedaan dalam *layout* di mana rangkaian tulisan tidak ditampilkan seperti *layout* dalam majalah. Jika dalam majalah, tulisan selalu diatur dalam dua kolom per halamannya dan disertai dengan berbagai *emphasis*. Pada *website*, tulisan hanya dibuat satu kolom saja dengan *sequence flow* (alur arah baca) dari atas ke bawah. Selain itu, pada *website* juga tidak terdapat *emphasis* (penonjolan) elemen *layout*. Dalam *website* NGI, untuk menyampaikan isi artikel yang sangat panjang, *website* membagi dalam 7 sesi halaman dan kesemua halaman memiliki tampilan yang sama dengan letak judul artikel, foto, dan *subhead* yang sama.

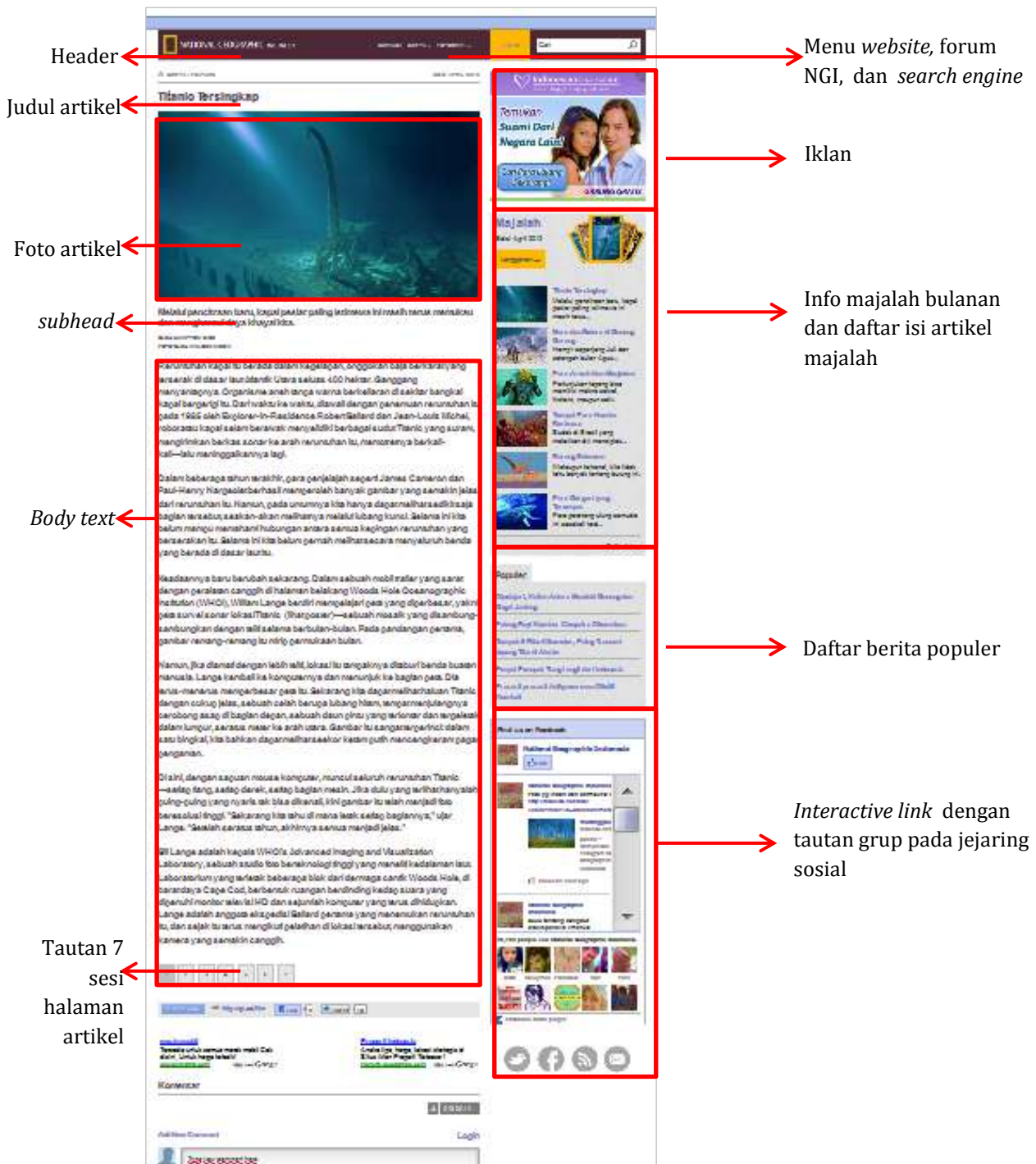
Foto ‘Tiang Sekoci’ yang ada pada *website*, jika dilihat dari bahasa fotografi dapat dikategorikan dalam komposisi warna dan cahaya dan bahasa objek. Komposisi warna yang terlihat dari foto tersebut adalah komposisi antara warna hitam dan warna biru, selain terlihat seberkas garis putih yang terlihat menyoroti tiang sekoci tersebut. Dalam komposisi tersebut, terlihat bahwa warna-warna yang terbentuk merupakan gradasi dari gelap ke terang (dari hitam kemudian biru dan terakhir putih). Jika komposisi tersebut dilihat dari bahasa cahaya, maka komposisi tersebut termasuk dalam kategori *low key* yang dalam seni fotografi disebut sebagai lambang misterius (Pratikno (1979) dalam Iskandar (2007, h.11)). Gradasi yang terlihat adalah cahaya gelap ke terang, oleh Pratikno disebut sebagai indikasi adanya perubahan dari keadaan suram menuju keadaan yang lebih baik.



Gambar IV.21 Satu-satunya foto yang ditampilkan dalam *website* NGI edisi April 2012.
Sumber : <http://nationalgeographic.co.id/feature/2012/04/titanic-tersingkap>
diunduh 15 Mei 2012).

Untuk bahasa objek yang terlihat dari foto tersebut sengaja difokuskan pada tiang sekoci, di mana ditandai dengan sorotan cahaya putih yang diarahkan pada tiang sekoci tersebut. Tiang sekoci tersebut sebenarnya adalah tempat derek katrol yang merupakan alat untuk menurunkan sekoci-sekoci atau perahu karet ke laut jika dibutuhkan dalam keadaan darurat untuk menyelamatkan penumpang dan awak kapal. Pemilihan terhadap foto ‘Tiang Sekoci’ dalam artikel *website* dapat dikonotasikan sebagai tumpuan harapan dari seluruh penumpang dan awak kapal ketika tragedi *Titanic* tersebut terjadi. Pada saat kejadian tersebut akan sangat mungkin semua orang yang ada dalam kapal berharap dapat duduk dalam sekoci-sekoci dan perahu karet dan mereka selamat. Akan tetapi karena air laut yang masuk lebih cepat dari perkiraan menyebabkan sebagian besar dari mereka tidak terselamatkan. Fokus cahaya pada tiang sekoci menjadikan foto tersebut sebagai *punctum* artikel yang ada dalam *website*.

Berikut tampilan artikel pada *website* yang sebagai mana dapat dilihat pada halaman selanjutnya:



Gambar IV.22 Tampilan artikel *Titanic Tersingkap* dalam website NGI edisi April 2012
 sumber : <http://nationalgeographic.co.id/feature/2012/04/titanictersingkap>
 diunduh 15 Mei 2012.

Pada website, artikel disajikan dengan beberapa fitur yang ada dalam website NGI yang sudah menjadi *template* dari website itu sendiri seperti : *header* (yang

disertai menu website, forum, dan *search engine*), iklan, daftar isi dari edisi majalah, daftar artikel yang populer, *interactive link* yang berhubungan dengan grup jejaring sosial, dan beberapa fitur-fitur yang lainnya. Dalam tampilan secara keseluruhan, *zona* artikel masih menjadi bagian yang terbesar dibandingkan dengan *zona* dari fitur-fitur yang lainnya.

IV.5 Kemasan Berita *Titanic* pada Majalah NGI

Majalah memberikan informasi dalam bentuk visual dan tekstual. Pada majalah, penyampaian berita dibagi dalam dua artikel dengan dua orang penulis yang berbeda. Dalam masing-masing artikel, sama-sama menampilkan foto-foto yang berkaitan dengan reruntuhan kapal *Titanic*. Akan tetapi terdapat sedikit perbedaan dalam cara menampilkan foto-foto tersebut. Jika dalam artikel yang pertama, pada tiap halaman tekstualnya akan selalu menampilkan foto artefak penemuan yang selalu diletakkan pada pojok kiri bawah halaman sebelah kiri. Sedangkan pada artikel yang kedua, foto-foto cenderung ditampilkan dengan ukuran besar hampir setengah halaman. Masing-masing artikel ditandai dengan sub-judul yang kata-katanya diambil dari *body text* masing-masing yang disebut dengan *breakout*. Selain itu, juga terdapat *deck* di bawah masing-masing subjudul.

Pada majalah biasanya terdapat alur narasi yang melibatkan *emphasis* (baik dalam bentuk foto ataupun tulisan) sebagai elemen untuk memainkan emosi pembaca. Untuk artikel yang berjudul *Titanic Tersingkap* juga memiliki alur narasi tersendiri untuk lebih melibatkan emosi pembacanya. Dari gambar IV.20 dapat diketahui bahwa untuk artikel *Titanic Tersingkap* terbagi menjadi 4 babak yang diawali dengan halaman judul artikel, halaman foto sisipan, halaman artikel pertama, dan diakhiri dengan halaman artikel kedua. Dari keempat babak artikel *titanic Tersingkap* dalam majalah NGI, terlihat ada perbedaan dalam menampilkan foto terutama pada foto yang sifatnya sebagai foto pendukung.

Berikut pembabakan artikel yang ada dalam majalah yang sebagai mana dapat dilihat di halaman berikut (halaman 76) :

A. Halaman judul artikel:



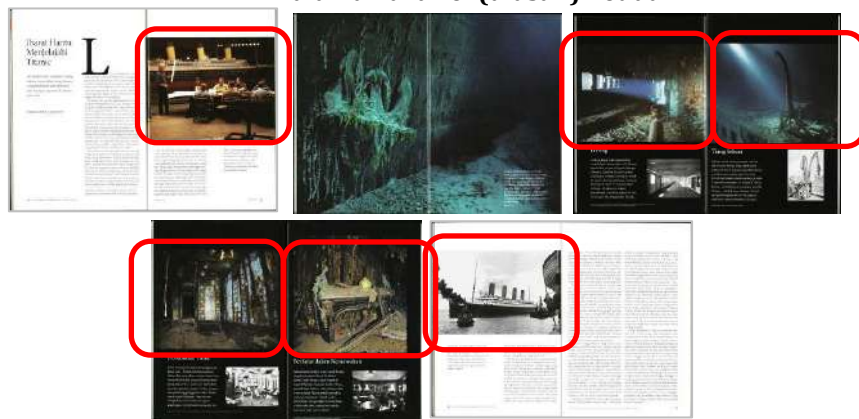
B. Halaman foto sisipan:



C. Halaman artikel (ulasan) pertama:



D. Halaman artikel (ulasan) kedua:




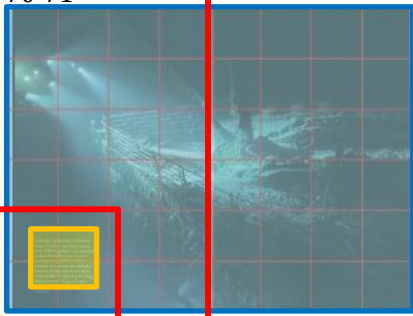
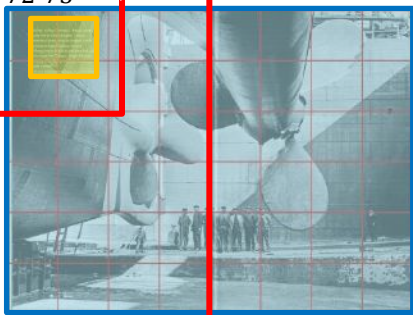
Keterangan cara perbedaan pemasangan foto yang terlihat mencolok:

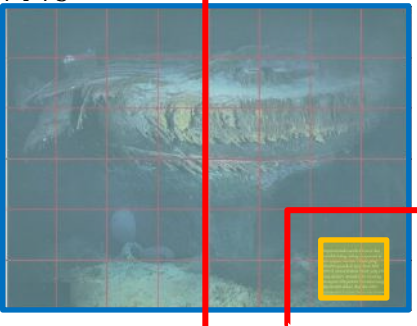
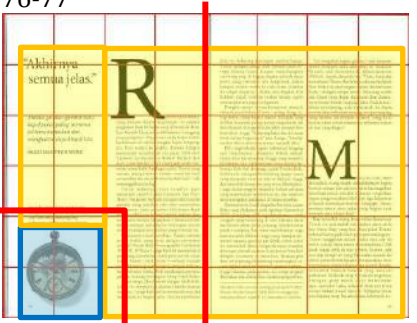
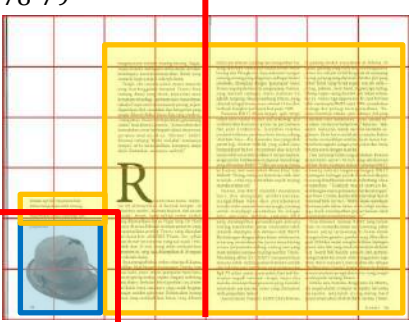
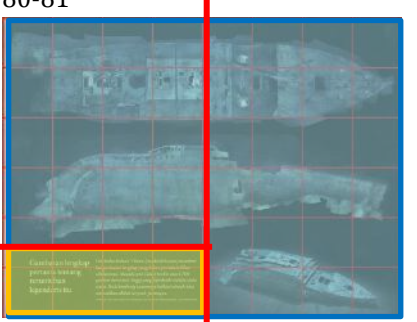



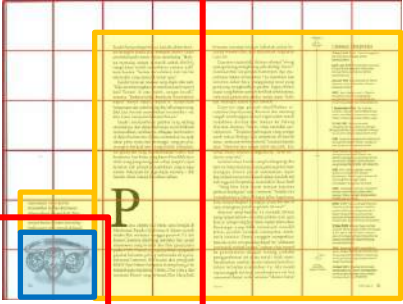
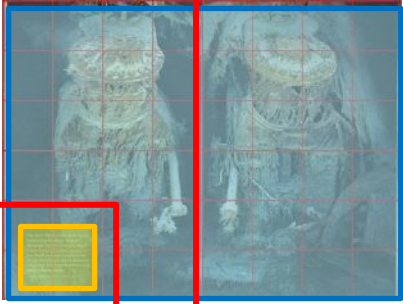
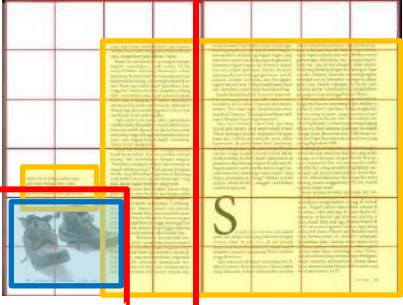

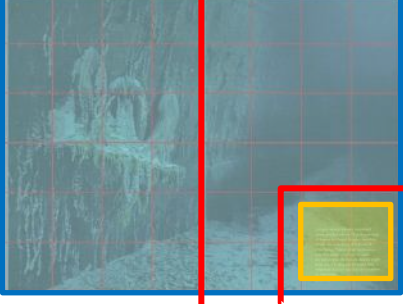
Gambar IV.23 Pembabakan artikel *Titanic Tersingkap* (sumber : reproduksi penulis dari majalah NGI edisi April 2012).

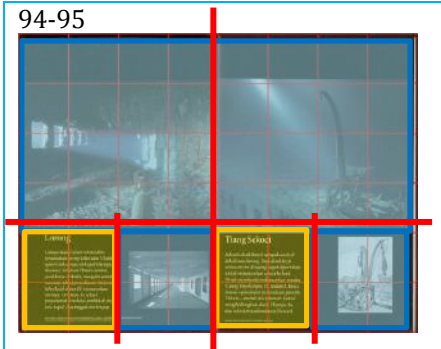
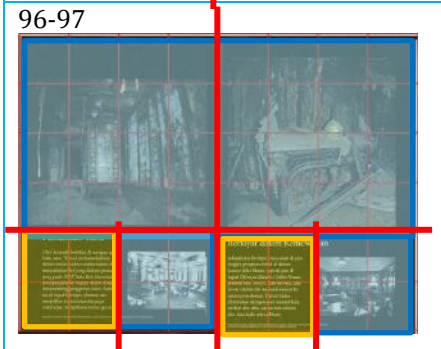
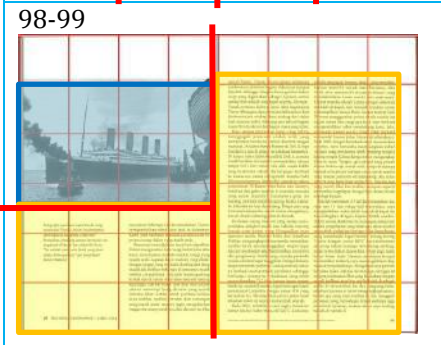
Untuk mengetahui alur narasi yang melibatkan emosi pembaca dapat dilihat dari emphasis yang ditonjolkan melalui empat komposisi yaitu : tekstual, visual, *balance proportion*, dan *emotion level*. Untuk menentukan besaran dari masing-masing komposisi digunakan sistem *grid*. *Grid* adalah semacam alat bantu yang digunakan dalam mengatur *layout* sebuah desain (Rustan, 2005, h.68-72). *Grid* dibuat dengan cara membagi satu halaman dengan sejumlah kolom dengan garis-garis vertikal dan juga sejumlah baris dengan garis-garis horisontal. Yang digunakan dalam penelitian ini adalah sistem *grid* dengan membagi satu halaman dalam 4 kolom dan 6 baris.



Berikut adalah data analisa alur narasi dari gambar IV.20 berdasarkan keempat komposisi yang sudah disebutkan sebelumnya :

Halaman	Tekstual	Visual	<i>Balance Proportion</i>	<i>Emotion Level</i>
68-69 	Hampir satu halaman (±45%)	Hampir satu halaman (±45%)	simetris	<i>normal</i>
70-71 	Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±8%)	Memenuhi dua halaman (100%)	asimetris	<i>High</i>
72-73 	Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±8%)	Memenuhi dua halaman (100%)	asimetris	<i>High</i>

<p>74-75</p> 	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±8%)</p>	<p>Memenuhi dua halaman (100%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>High</i></p>
<p>76-77</p> 	<p>Hampir memenuhi dua halaman (±92%)</p>	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±8%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>high</i></p>
<p>78-79</p> 	<p>Sekitar tiga per empat bagian dari dua halaman (±75%)</p>	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±8%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>high</i></p>
<p>80-81</p> 	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±10%)</p>	<p>Hampir memenuhi dua halaman (±90%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>high</i></p>
<p>82-83</p> 	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±10%)</p>	<p>Hampir memenuhi dua halaman (±90%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>high</i></p>

<p>84-85</p> 	<p>Sekitar tiga per empat bagian dari dua halaman (±75%)</p>	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±8%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>high</i></p>
<p>86-87</p> 	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±8%)</p>	<p>Memenuhi dua halaman (100%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>high</i></p>
<p>88-89</p> 	<p>Sekitar tiga per empat bagian dari dua halaman (±75%)</p>	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±8%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>high</i></p>
<p>90-91</p> 	<p>Kurang dari tiga per empat bagian dari dua halaman (±60%)</p>	<p>Setengah bagian dari satu halaman (±25%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>high</i></p>
<p>92-93</p> 	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±8%)</p>	<p>Memenuhi dua halaman (100%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>high</i></p>

<p>94-95</p> 	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±15%)</p>	<p>Lebih dari tiga per empat dari dua halaman (±85%)</p>	<p>simetris</p>	<p><i>normal</i></p>
<p>96-97</p> 	<p>Kurang dari seperempat bagian satu halaman (±15%)</p>	<p>Lebih dari tiga per empat dari dua halaman (±85%)</p>	<p>simetris</p>	<p><i>normal</i></p>
<p>98-99</p> 	<p>Sekitar tiga per empat bagian dari dua halaman (±75%)</p>	<p>Setengah bagian dari satu halaman (±25%)</p>	<p>asimetris</p>	<p><i>high</i></p>

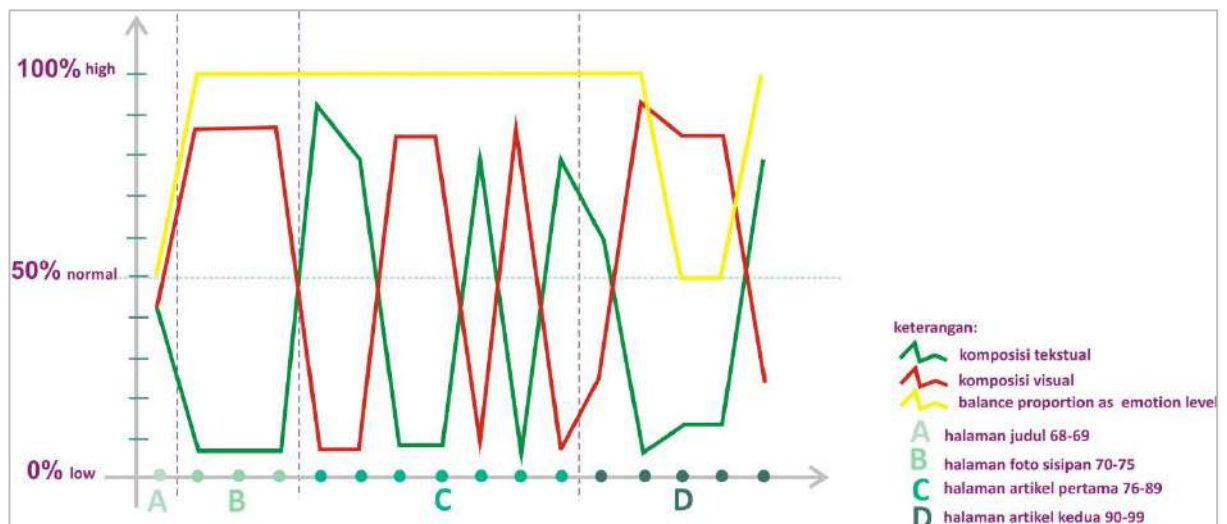
 Tekstual
 Visual

Gambar IV.24 Data komposisi informasi tekstual, informasi visual, *balance proportion*, dan *emotion* pada artikel *Titanic Tersingkap* dalam majalah NGI edisi April 2012 (sumber : data diolah oleh penulis, 2012).

Dari data komposisi (gambar IV.24) tersebut, maka dapat dilihat bahwa dari komposisi informasi tekstual dan komposisi informasi visual memiliki peran masing-masing dalam menyampaikan sebuah berita. Komposisi informasi tekstual dan informasi visual saling menyeimbangkan satu sama lain. Selain itu komposisi *balance proportion* yang menunjukkan komposisi tersebut simetris atau asimetris juga dapat dilihat sebagai *emotion level*. Tschichold dalam Rustan (2005, h.82) menyebutkan bahwa sebuah *layout* yang asimetris memiliki kelebihan dalam memainkan emosi di mana secara optis keseluruhan penampilan *layout* tersebut jauh lebih efektif dalam menyampaikan pesan atau mengkomunikasikan sesuatu, selain itu, asimetris juga memberikan kesan adanya *movement* atau gerakan

sehingga akan terlihat lebih dinamis dan tidak statis atau kaku. Sedangkan *layout* yang simetris cenderung memberikan kesan konvensional akan tetapi dapat memberikan kesan sebagai sumber yang terpercaya (Rustan, 2005, h.82)

Untuk mempermudah melihat alur narasi berdasarkan data komposisi yang terdapat pada gambar IV.21, maka dapat dilihat dalam grafik alur emosi sebagai berikut :



Gambar IV.25 Alur emosi pengemasan berita pada artikel *Titanic Tersingkap* dalam majalah NGI edisi April 2012 (sumber : gambar oleh penulis, 2012).

Berdasarkan gambar IV.25 tersebut terlihat bahwa majalah NGI dalam menyampaikan ulasan *Titanic Tersingkap* sangat menjaga ritme atau alur emosi yang dirasakan pembaca. Alur emosi tersebut sangat berhubungan dengan fantasi pembaca. Sehingga penempatan informasi tekstual dan visual yang saling melengkapi akan sangat berpengaruh pada pembaca.

IV.6 Kemasan Berita *Titanic* pada Website NGI

Pada *website*, informasi juga ditampilkan dalam bentuk visual dan tekstual. Akan tetapi *website* cenderung menekankan informasinya dalam bentuk tekstual secara keseluruhan, di mana terlihat dari foto yang ditampilkan hanya satu macam saja. Pada versi *website*, dua artikel yang sebelumnya terdapat dalam majalah ditulis dalam satu artikel tanpa menggunakan prinsip-prinsip *layout* seperti dalam

majalah. Dalam *website* juga tidak dibuat semacam pembabakan baik dari segi visual maupun tekstual. Berikut ketujuh halaman sesi *website* yang mengemas berita tentang *Titanic Tersingkap*:

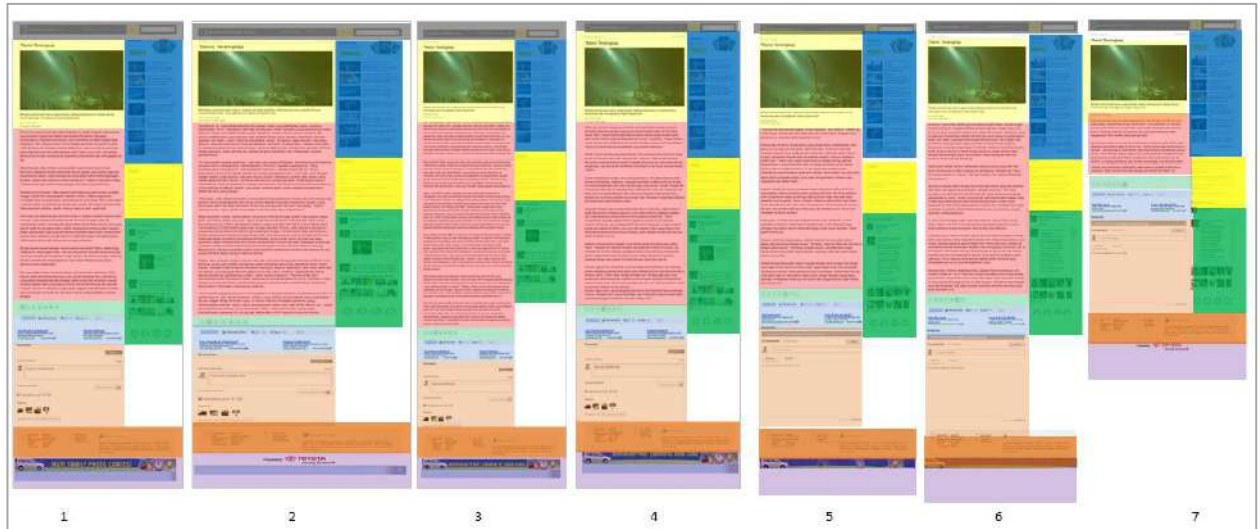


Gambar IV.26 Tampilan tujuh halaman sesi dari artikel *Titanic Tersingkap* dalam *website* NGI.

Sumber : <http://nationalgeographic.co.id/feature/2012/04/titanic-tersingkap>

(diunduh 17 Juni 2012)

Dari ketujuh halaman sesi tersebut terlihat bahwa secara sekilas tampilan dari ketujuh sesi halaman adalah sama dan hampir tidak ada perubahan-perubahan yang sangat mencolok dari perpindahan halaman tersebut. Jika kita membuka halaman secara berurutan, akan terasa pada halaman yang sama, karena apa yang terlihat selalu sama hanya saja yang berbeda adalah isi dari ulasan *Titanic Tersingkap*. Untuk lebih mendetail dalam melihat “teks” yang ada di dalam setiap tujuh halaman sesi ulasan *Titanic Tersingkap*, maka dibuat analisa sederhana dengan penandaan bagian masing-masing “teks” yang ada. Berikut adalah penandaan bagian masing-masing “teks” yang ada di dalam *website* NGI untuk memperjelas gambar IV.27 sebagai mana dapat dilihat di halaman berikut (halaman 83) :



Gambar IV.27 Penandaan bagian masing-masing “teks” yang ada di dalam *website* NGI pada artikel *Titanic Tersingkap* (sumber: data diolah oleh penulis, 2012)

Dari gambar IV.24 dapat diketahui bahwa masing-masing teks yang ada di dalam halaman *website* telah diatur berdasarkan *template* dari halaman *website* NGI sehingga selalu terlihat sama dan tidak berubah. Dari gambar IV.23 dan IV.24 terlihat bahwa foto yang ditampilkan adalah sama dan konsisten. Letak foto selalu berada pada atas artikel, menu-menu lainnya juga berada pada tempat yang sama, akan tetapi panjang dari artikel cenderung tidak sama dari satu halaman sesi ke halaman sesi berikutnya. Ukuran dari ke tujuh halaman juga terlihat tidak sama, pada halaman yang terlihat kecil menunjukkan bahwa halaman tersebut sangat panjang karena tulisan yang ditampilkan juga sangat panjang. Akan tetapi jika tampilan halaman terlihat besar menunjukkan bahwa halaman tersebut pendek karena tulisan yang ditampilkan pendek.

Sama dengan majalah, pada *website* juga dapat diketahui bagaimana alur emosi yang dimainkan. Untuk mengetahui alur narasi yang melibatkan emosi pembaca dapat dilihat dari *emphasis* yang ditonjolkan melalui empat komposisi yaitu : tekstual, visual, *balance proportion*, dan *emotion level*. Berikut adalah analisis sederhana untuk mengetahui komposisi tersebut :



Gambar IV.28 Komposisi informasi tekstual dan informasi visual dalam *website* NGI pada artikel *Titanic Tersingkap* (sumber: gambar oleh penulis, 2012)

Berdasarkan gambar IV.28 dapat diketahui bahwa komposisi informasi tekstual dan visual menempati porsi yang berbeda. Jika dilihat dengan penandaan kotak-kotak merah dan kuning, terlihat bahwa kotak kuning lebih mendominasi dalam halaman *website* tersebut. Kotak kuning untuk menandai informasi tekstual sedangkan kotak merah untuk menandai informasi visual. Untuk halaman ulasan artikel yang ada dalam *website* NGI salah satunya seperti artikel *Titanic Tersingkap* tersebut terlihat bahwa memiliki *balance proportion* yang asimetris yang ditandai dengan garis hitam putus-putus pada gambar IV.28 kanan. Sebenarnya asimetris memberikan efek emosi yang tinggi pada pembaca. Akan tetapi karena semua ketujuh halaman sesi memiliki tampilan yang sama dapat menunjukkan tidak adanya *movement* atau gerakan perubahan komposisi sehingga membuat tampilan *website* terlihat cenderung kaku, statis, dan monoton.

Melihat kembali pada gambar IV.26 atau gambar IV.27, *emphasis* pada sajian foto *Tiang Sekoci* dilakukan oleh *website* NGI untuk menyeimbangi tulisan artikel *Titanic Tersingkap* yang cukup panjang, di mana tulisan tersebut tidak di-*layout* atau diatur seperti tulisan yang ada dalam majalah.

IV.7 Hasil Analisis

Hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam pengemasan berita *Titanic* antara majalah NGI dan *website* NGI. Majalah NGI dalam menyampaikan informasi selalu totalitas yaitu informasi yang disampaikan memiliki komposisi yang seimbang antara informasi yang bersifat tekstual dan informasi yang bersifat visual (foto dan ilustrasi). Selain itu, dalam beberapa artikel berita, majalah NGI membagi artikel berita dalam beberapa pembabakan dan dalam pembabakannya, majalah NGI menempatkan informasi visual (foto) dan tekstual sesuai dengan penempatannya masing-masing. Misalnya ketika majalah NGI ingin menonjolkan informasi secara visual maka informasi tekstual akan ditampilkan dengan porsi yang lebih sedikit dan sebaliknya, jika majalah NGI ingin menonjolkan informasi secara tekstual maka informasi visual (foto) hanya ditampilkan dalam ukuran yang kecil.

Pada *website* NGI terdapat perbedaan perilaku dalam mengemas berita. *Website* NGI memberikan informasi dalam berbagai bentuk, diantaranya adalah informasi tekstual dan informasi visual (foto). Tetapi komposisi antara informasi tekstual dan informasi visual pada *website* NGI berbeda dengan majalah NGI. Pada *website* NGI, kecenderungan totalitas dalam menyampaikan berita terdapat pada informasi tekstual sedangkan informasi visual (foto) hanya sebagai pelengkap saja dan selain itu, tidak terdapat semacam pembabakan artikel seperti yang dilakukan oleh majalah NGI. Kondisi tersebut dapat terlihat dari kemasan berita *Titanic Tersingkap*. Pada majalah NGI, komposisi informasi tekstual dan informasi visual (foto) ditampilkan secara seimbang, jumlah foto yang disajikan sekitar 20 foto. Sedangkan pada *website* NGI, dengan tulisan berita yang sama, urutan cerita yang sama, tetapi jumlah foto yang ditampilkan jauh lebih sedikit daripada foto-foto yang ditampilkan dalam majalah NGI.

Berkaitan dengan *fantasy motivation* pembaca, masing-masing bentuk media NGI memiliki caranya masing-masing dalam mempengaruhi *fantasy motivation* pembaca. Majalah NGI mempengaruhi *fantasy motivation* pembaca secara visual dan tekstual sedangkan *website* NGI mempengaruhi *fantasy motivation* secara tekstual saja. *Fantasy motivation* yang dirasakan pembaca merupakan bentuk dari sensasi yang dirasakan pembaca ketika membaca sebuah berita yang disertai dengan foto-foto, di mana foto-foto tersebut memainkan memori pembaca yang akhirnya menyentuh emosi pembaca. Emosi-emosi yang dirasakan oleh pembaca tersebut menggerakkan suatu keinginan atau motivasi. Bentuk motivasi yang digerakkan oleh fantasi tersebut dapat berwujud macam-macam bergantung pada memori atau pengalaman yang dimiliki oleh pembaca atau juga dapat disebabkan oleh foto-foto yang ditampilkan dalam sebuah berita. Salah satu contohnya berita *Titanic Tersingkap*, motivasi yang digerakkan oleh fantasi pembaca dapat bermacam-macam. Jika melihat pada foto-foto bangkai kapal di dasar laut yang ditampilkan oleh NGI, kemungkinan terdapat keinginan atau motivasi untuk berfantasi menjadi salah satu penyelam di dasar laut tersebut. Jika melihat pada foto benda-benda milik korban yang berhasil ditemukan, kemungkinan memotivasi untuk berfantasi seolah-olah menjadi seorang arkeolog. Jika melihat pada foto-foto yang menunjukkan kemegahan dari kapal tersebut, kemungkinan akan memotivasi untuk menjadi seorang arsitektur atau desainer untuk membuat kapal yang sangat megah dan mewah. *Fantasy motivation* sangat erat hubungannya dengan faktor psikologi seseorang pembaca (Kotler dan Keller, 2009, h.190), di mana melihat kecenderungan atau gejala-gejala atau dorongan yang memutuskan seseorang untuk bertindak.

IV.8 Hubungan antara Sajian Foto dan Kemasan Berita terhadap Konstruksi *Fantasy Motivation*

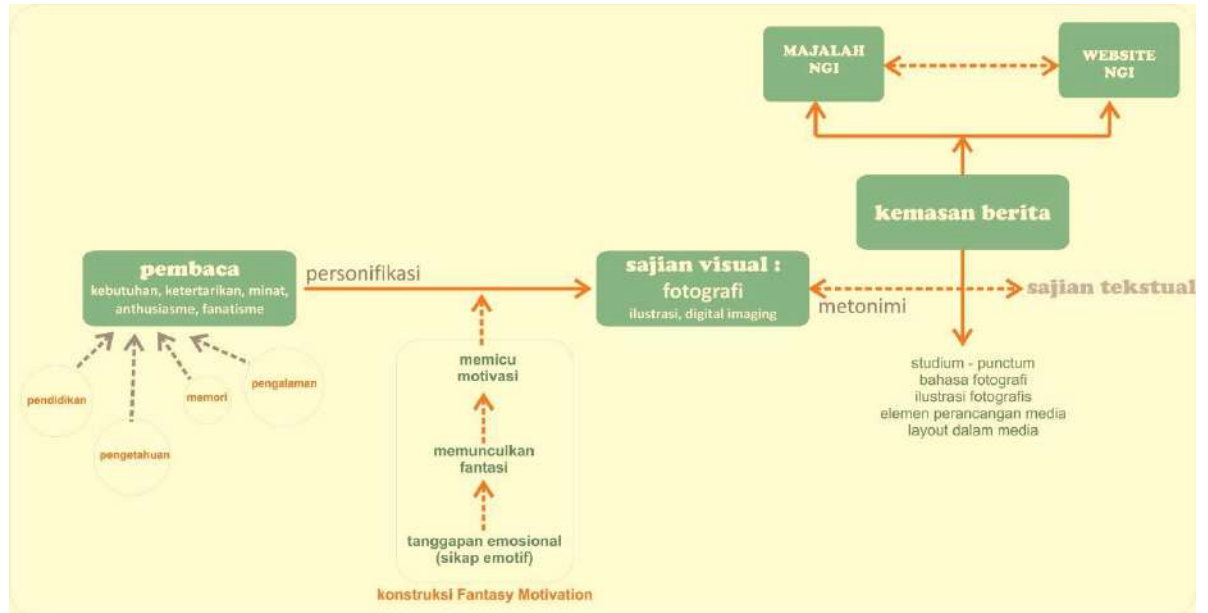
Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada sub bab hasil analisis, maka dapat ditarik suatu gagasan mengenai hubungan antara sajian foto dan kemasan berita terhadap konstruksi *fantasy motivation*. Setiap pembaca NGI memiliki karakter, latar belakang pengalaman, pengetahuan dan memori yang berbeda-beda. Dan setiap pembaca memiliki perilaku yang berbeda dalam mengakses atau

mencari informasi yang dibutuhkan. Dengan konten yang ditentukan berdasarkan tema bulanan menjadikan konten majalah NGI menjadi terfokuskan atau ter-“kotak”-kan hanya pada seputar tema tersebut, sehingga konten yang disajikan dalam sebuah kemasan berita menjadi memiliki nilai lebih, terasa lebih berisi, dan berbobot sehingga berita-berita yang disampaikan dianggap berharga oleh pembaca. Oleh karena itu, majalah NGI menjadi sumber informasi yang menjawab ketertarikan, minat, antusiasme, dan fanatisme pembaca.

Sedangkan kehadiran *website* NGI dengan berbagai multimedia di dalamnya, menjadi sebuah perpanjangan tangan dari majalah NGI untuk melengkapi informasi-informasi yang lainnya. *Website* NGI memang tidak dirancang berdasarkan tema bulanan layaknya majalah yang kontennya fokus pada tema. Akan tetapi, *website* NGI hadir dengan berbagai informasi yang sesuai dengan visi dan misi NGI serta tetap menampilkan informasi yang telah disajikan dalam majalah NGI. Dengan variasi berita yang beragam tersebut, *website* NGI menjadi sumber informasi yang sekedar menjawab rasa keingintahuan pembaca.

Adanya ketertarikan khusus atau keingintahuan tersebut disebabkan oleh adanya ikatan emosional antara produk (NGI) dan konsumen (pembaca NGI). Daya tarik yang dimiliki oleh NGI melalui konten dan tampilan visual, membuat NGI mudah diingat dan menghubungkan dengan target *audience* NGI (yang telah diuraikan dalam bab 3). Konten dan tampilan visual NGI yang paling mendominasi dalam sebuah sajian informasi dan kemasan berita adalah fotografi. Fotografi NGI memiliki daya tarik yang cukup kuat untuk mempengaruhi dan memberikan suatu pengetahuan. Melalui fotografi, NGI hadir tidak saja untuk menghibur tetapi terselipkan suatu kekuatan untuk mengkonstruksi realitas sebuah peristiwa (contohnya *Titanic*) yang ditampilkan kepada pembaca dan kemudian menjadi suatu motivasi pembaca untuk larut dan masuk dalam “kondisi” realitas yang diterjemahkan dalam ulasan tragedi tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Green dan Brown (2002, h.2-6) bahwa di dalam foto terdapat sebuah “interaktifitas” yang memungkinkan pembaca untuk “masuk” ke dalam foto tersebut sehingga dapat memberikan kesenangan bagi pembacanya. Dengan konten visual yaitu fotografi, NGI memunculkan tanggapan emosi atau sikap emotif. Sunarto

(2005, h.36) menyebutkan bahwa informasi dalam bentuk visual akan menyebabkan aspek emotif yang mudah ditangkap secara universal karena lebih mudah dan langsung terbaca dibandingkan bahasa verbal.



Gambar IV.29 Bagan analisis hubungan antara sajian foto dan kemasan berita terhadap konstruksi *fantasy motivation*
(sumber: gambar alur konstruksi *fantasy motivation* oleh penulis, 2012)

Fotografi dalam majalah NGI dan fotografi dalam *website* NGI memiliki kekuatan yang sama dan cara yang sama dalam mengkonstruksi *fantasy motivation*. Fotografi yang ditampilkan NGI (khususnya pada ulasan artikel *Titanic Tersingkap*) terdapat perilaku yang unik dalam merepresentasikan sebuah objek maupun peristiwa. Keunikan tersebut terlihat pada cara fotografer NGI dalam membingkai realitas atau peristiwa. Terdapat sebuah pengalihan atau pemindahan fokus objek yang dibingkai dalam frame foto. NGI cenderung menampilkan foto-foto yang menceritakan bagian-bagian tertentu dari objek tersebut bukan objek yang ditampilkan secara keseluruhan. Foto-foto tersebut oleh NGI dijadikan sebuah tanda yang relasional dengan objek yang dimaksud. Cara me-“metonimi”-kan objek tersebut lah yang sebenarnya menggerakkan persepsi ataupun apresiasi pembaca sehingga foto tersebut dianggap sebagai sesuatu yang penting (*punctum*) dari masing-masing pembaca. Sensasi yang dirasakan pembaca akan sangat

beragam bergantung pada apa yang telah dialami oleh pembaca tersebut. Tanggapan secara emosional (sikap emotif) yang mempengaruhi fantasi pembaca sehingga memunculkan suatu motivasi atau dorongan untuk berfantasi, runtutan tersebut menunjukkan bahwa sebuah foto yang dilihat oleh pembaca menjadi suatu personifikasi realitas atau peristiwa. Dengan “metonimi” tersebut sangat memungkinkan untuk membuka peluang bagi pembaca dalam membangun sebuah fantasi sesuai dengan apa yang menjadi ketertarikan (*interest*) dari masing-masing pembaca sehingga pembaca merasakan terdapat suatu “kepentingan” dari foto tersebut.

Website NGI menyeimbangi kehadiran majalah NGI melalui tampilan yang interaktif, bentuknya dinamis, dan konten informasi yang selalu *update* setiap hari. Sedangkan kehadiran majalah NGI didukung dengan tampilan visual yang lebih menarik. Dua bentuk publikasi tersebut menunjukkan bahwa media memiliki kapasitas dalam pengkondisian motivasi dan fantasi. Akan tetapi, majalah NGI dengan konten visual yang lebih beragam dan lebih banyak jumlahnya daripada *website* NGI, maka konstruksi *fantasy motivation* pada majalah NGI lebih besar daripada *website* NGI.

BAB V PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Peran informasi visual dalam media sangat dapat mengarahkan dan menggerakkan fantasi pembaca. Informasi visual dapat berupa ilustrasi, *digital imaging*, dan fotografi. Akan tetapi dalam media NGI, fotografi merupakan informasi visual yang sangat mendominasi dalam menyampaikan pesan. Analisis terhadap sajian foto dan kemasan berita (dialektika antara visual dan tekstual) dapat disimpulkan bahwa informasi yang disajikan dan dikemas oleh NGI merupakan bentuk usaha NGI dalam menjadikan sebuah informasi menjadi sangat penting (*punctum*) bagi pembaca dengan menyajikan berita yang berkaitan dengan sebuah realitas (kenyataan) dan peristiwa dalam kehidupan.

Dalam studi kasus pemberitaan mengenai *Titanic*, NGI menyajikan informasinya dalam bentuk visual dan tekstual. Informasi visual mengenai *Titanic* juga disajikan dalam bentuk ilustrasi, fotografi, dan *digital imaging*. Akan tetapi yang sangat mendominasi dalam rubrik artikel *Titanic Tersingkap* adalah fotografi. Sesuai dengan judul rubrik artikel yang dimuat, maksud dan tujuan NGI adalah untuk mengungkap suatu kebenaran tanpa adanya rekayasa atau manipulasi data. Disinilah alasan mengapa pada rubrik artikel tersebut keseluruhan informasi visual sengaja ditampilkan dalam bentuk fotografi. Sebagian besar dari fotografi yang ditampilkan dalam rubrik artikel tersebut merupakan foto jurnalistik yang dibuat tanpa adanya rekayasa. Akan tetapi NGI pada bentuk media cetaknya (majalah) cukup cerdas dalam menempatkan foto-foto tersebut. Tidak semuanya ditampilkan apa adanya seperti layaknya foto jurnalistik pada umumnya, akan tetapi tanpa mengurangi nilai berita, beberapa foto-foto tersebut diatur dan didesain sedemikian rupa dalam halaman majalah NGI sehingga hadir dalam bentuk foto desain. Sedangkan pada bentuk media *online*-nya (*website*), NGI sengaja menampilkan fotografi dalam bentuk foto jurnalistik yang menjadi suatu keharusan untuk menjaga kualitas dari nilai berita yang diinformasikan.

Melalui informasi visual yang disajikan, secara tidak langsung NGI telah mengkondisikan pembaca pada sebuah emosi tertentu yang mampu menggerakkan fantasi, yang pada akhirnya menimbulkan suatu ketertarikan dan memicu motivasi dalam diri pembaca. Sebagai contoh, dalam pemberitaan *Titanic*, NGI tidak menampilkan foto kapal *Titanic* secara utuh dan penuh dalam dua halaman seperti foto-foto yang lainnya, akan tetapi representasi keagungan dan kemegahan *Titanic* ditampilkan melalui foto yang hanya menampilkan bagian-bagian tertentu, contohnya foto perbandingan baling-baling kapal dengan para pekerja (gambar IV.6), foto mesin kembar (gambar IV.12), foto ruangan-ruangan tertentu yang disertai dengan foto rujukan hitam-putih (gambar IV.16), atau pun foto-foto pendukung pada halaman tulisan artikel. Melalui foto bagian-bagian tertentu dari *Titanic*, NGI mampu memotivasi pembaca untuk membangun dan menghidupkan dunia fantasi yang ada di dalam diri pembaca tentang kemegahan kapal tersebut. Kondisi tersebutlah yang sebenarnya merupakan konstruksi dari *fantasy motivation* itu sendiri. Di mana terjadi proses personifikasi pada emosi, fantasi, dan motivasi pembaca media NGI yang dihadirkan melalui cara metonimi informasi visual.

Fantasy motivation sangat erat hubungannya dengan faktor psikologi seseorang pembaca, di mana melihat kecenderungan atau gejala-gejala atau dorongan yang memutuskan seseorang untuk bertindak. Maka bentuk motivasi yang digerakkan oleh fantasi tersebut dapat berwujud macam-macam bergantung pada memori, pengalaman, pengetahuan, serta motivasi yang dimiliki oleh masing-masing pembaca. Begitu juga *punctum* dan *studium* yang dilakukan NGI (fotografer NGI) dalam membingkai realitas ataupun peristiwa dalam bentuk foto. Foto menjadi suatu alat atau modal dialog antara fotografer dengan pembaca. Ketika sebuah foto sudah dilepas atau diperlihatkan kepada orang banyak maka foto tersebut menjadi intersubjektif atau menjadi “milik” para pembaca.

V.2 Rekomendasi

Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan di mana informasi visual memiliki peran yang sama pentingnya dengan informasi tekstual. Pemilihan dan penempatan informasi dalam bentuk visual sangatlah penting untuk menimbulkan

ketertarikan pembaca. Informasi visual dapat disajikan dalam bentuk ilustrasi, grafik, fotografi, atau *digital imaging*. Penelitian ini telah memfokuskan pada eksistensi fotografi. Oleh sebab itu, penelitian ini memberikan rekomendasi pada penelitian di bidang desain komunikasi visual selanjutnya untuk menggali secara maksimal mungkin pada bentuk informasi visual yang lainnya.

Mengingat majalah adalah salah satu unsur media yang berhubungan dengan dunia bisnis, di mana akan selalu menghadapi suatu persaingan bisnis. NGI adalah media yang berada di wilayah pengetahuan atau bisa disebut dengan media ilmiah *popular*, di mana untuk menjaga hubungan yang telah dibangun dengan konsumen (pembaca) ada baiknya NGI melihat budaya yang ada di Indonesia. Salah satu yang berhubungan dengan budaya adalah masalah alih bahasa dalam bahasa Indonesia yang belum diterjemahkan secara harfiah. Bahasa juga merupakan elemen teks yang penting untuk menyampaikan suatu pesan. Hubungannya dalam penelitian ini yaitu sebuah *fantasy motivation* akan terkonstruksi dengan maksimal jika pesan yang disampaikan oleh media dapat diterima dengan baik oleh pembacanya.

Daftar Pustaka

Buku

- Abercrombie, Nicholas; dan Longhurst, Brian. 2007. *Dictionary of Media Studies*. London : The Penguin
- Adlin, Alfathri. *Menggeledah Hasrat : Sebuah pendekatan Multi Perspektif*. Yogyakarta : Jalasutra
- Agustin, Maria. 2010. *ShourtCourse Mendesain Website Dinamis dan Menarik dengan Adobe Dreamweaver CS4*. Semarang : Penerbit Andi dan Wahana Komputer
- Ajidarma, Seno G. 2004. *Kisah Mata 'Fotografi antara Dua Subjek : Perbincangan tentang Ada'*. Yogyakarta : Galang Press.
- Barret, Terry. 2000. *Critizing Photograph : An Introduction to Understanding Image*. California : Mayfield.
- Barthes, Rolland. 1977. 'The Photographic Message' dalam *Image, Music, Text*. New York : Hill and Wang
- Barthes, Rolland. 1980. *Camera Lucida*. London : Flaminggo
- Biagi, Shirley. 2010. *Media / Impact: Pengantar Media Massa – Edisi 9*. Jakarta : Salemba Humanika
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta : Jalasutra
- Fidler, Roger. 1997. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks, CA : Pine Forge Press
- Flew, T. 2002. *New Media: An Introduction*. Melbourne : Oxford University Press
- Haryatmoko. 2011. *Etika Komunikasi : Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta : Kanisius
- Hicks, Wilson. 1972. *World and Pictures*. New York : Harper and Brother, Arno Press
- Kasali, Renald. 2005. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta : : PT Gramedia Pustaka Utama
- Kristanto, J.B; dan Arsuka, N.A. 2002. *Bentara : Esei-Esei 2002*. Jakarta : Kompas
- Livingstone, Jane. 1988. *The Art of Photography at National Geographic*. Charlottesville, Virginia : Thomasson Grant Inc (Corcoran Gallery of Art)
- Kuntjojo. 2009. *Fantasi (Imajinasi)*. Kediri : UNP
- Mangunjaya, Fachruddin M. 2008. *Bertahan di Bumi: Gaya Hidup Menghadapi Perubahan Iklim*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- McGovern, G; Norton, R; dan O'Dowd, C. 2002. *The Web Content Style Guide : An Essential Reference for Online Writers, Editors, and Managers*. Edinburg Gate, Harlow, UK : Pearson Education Limited.

- Pasaribu, Cindy R. 2009. *Pop Cengeng dan Media: Analisis Framing Berita Kangen Band di Majalah Hai*. Surabaya : UK Petra
- Piliang, Yasarf A; dan Saidi, Acep I. 2011. *Materi Perkuliahan Budaya Visual : IMAGE and IMAGOLOGI*. Kuliah ke 3 tanggal 14 September 2011.
- Oetama, Jakob. 2004. *Pers Indonesia : Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Jakarta : Kompas.
- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relation*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Pitana, I Gde; dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Rahardi, F. 2006. *Panduan Lengkap Menulis Artikel, Features, dan Esai*. Jakarta : Kawan Pustaka
- Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout : Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sarjono, Suwito. 1994. *Teknik Fotografi untuk Pemula*. Solo : CV. Aneka
- Slouka, Mark. 1995. *War of The World*. New York : Basic Book
- Sugiarto, Atok. 2006. *Cuma Buat yang Ingin jago Foto*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sunjayadi, Achmad. 2008. *Mengabadikan Estetika : Fotografi dalam Promosi Pariwisata Kolonial di Hindia-Belanda*. Wacana Jurnal Ilmu Pengetahuan Budaya. Vol.10 No.2, Oktober 2008
- Shushan, Ronnie; dan Wright, Don. 1994. *Desktop Publishing dalam Desain ed. Aldus Pagemaker*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Suyanto, Asep H. 2007. *Step by Step: Web Design Theory and Practices*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Suyanto M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta : Andi Offset
- Veen, Jeffrey. 2001. *The Art & Science of Web Design*. New Riders
- Ware, Colin. 2004. *Information Visualization. 2nd Edition : perception for Design*. San Francisco, CA : Morgan Kaufmann

Majalah

National Geographic Indonesia edisi April 2012. Jakarta : Kompas Gramedia

Jurnal

Yuliadewi, Lesie. 1999. *Mengenal Fotografi dan Fotografi Desain*. Surabaya : Jurnal Desain Komunikasi Visual UK.Petra. Nirmana Vol.1 Januari 1999

Tesis

Iskandar, Andang. 2007. *Analisis Struktur Bahasa Foto Iklan Cetak Bank Megara Indonesia (BNI)*. Bandung : ITB

Disertasi

Sunarto, Priyanto. 2005. *Metafora Visual Kartun Editorial*. Bandung: ITB

Internet

Abdi, Yuyung. 2012. *Tips Fotografi : Warna dalam Fotografi*. Di unduh dari: <http://yuyungabdi.com/new/index.php?show=tips> tanggal 15 Mei 2012.

Clarity Marketing Ltd. 2005. *USP or ESP*. Di unduh dari: www.clarity-in-communication.com tanggal 05 maret 2012

Website NGI dengan alamat <http://nationalgeographic.co.id>

Kuesioner online Survey Monkey dengan alamat www.surveymonkey.com

LAMPIRAN