

**Media Komunikasi Dakwah dalam Foto Jurnalistik
(Analisis Interpretatif Foto Jurnalistik di Halaman Edisi Cahaya
Ramadhan Republika)
Oleh: lin Yuniarni**

Abstract: Da'wah of Communication Media in the Photo Journalism (Journalism Photo Interpretative Analysis Page Ramadan Republika Light Edition). Photo journalism is one part that is attached to the print media. The print media has a major role in setting the agenda and opinion formation. The purpose of this research is meant to get the meaning of photojournalism that can be used as communication media propaganda with scientific knowledge that supports it. This type of research is using qualitative interpretative approach semiotic model of Roland Barthes. From the results of media research photojournalism can be used as a means of communication propaganda effective with the proviso that photo-charged propaganda, photo selection of effective, photos soothing reader / audience, images that can evoke unity not stuck confrontation with other religious faiths, not pitched provocation, not moreover erotic photographs of objects that are forbidden by Islam.

Keywords: Media, Communication, Da'wah, Photos, Journalism, Republika

Abstrak: Media Komunikasi Dakwah dalam Foto Jurnalistik (Analisis Interpretatif Foto Jurnalistik di Halaman Edisi Cahaya Ramadhan Republika). Foto jurnalistik adalah salah satu bagian yang lekat dengan media cetak. Media cetak mempunyai peranan besar dalam agenda setting dan pembentukan opini. Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan makna foto jurnalistik yang bisa dijadikan media komunikasi dakwah dengan pengetahuan ilmiah yang mendukungnya. Jenis penelitian adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif semiotika model Roland Barthes. Dari hasil penelitian media foto jurnalistik mampu dijadikan sarana komunikasi dakwah yang efektif dengan syarat yaitu foto bermuatan dakwah, pemilihan foto yang efektif, foto yang menyejukkan pembaca/penikmatnya, foto yang mampu membangkitkan persatuan tidak terjebak konfrontasi dengan umat beragama lainnya, tidak bernada provokasi, bukan foto erotis apalagi objek-objek yang diharamkan oleh Islam.

Kata Kunci: Media, Komunikasi, Dakwah, Foto, Jurnalistik, Republika

Pendahuluan

Dinamika dan kondisi sosial saat ini cenderung dipengaruhi oleh media massa, terutama media cetak. Sehingga, media cetak mampu membujuk khalayak untuk percaya akan suatu ideologi politik. Media cetak juga mampu membujuk khalayak untuk membeli barang, mengubah atau meninggalkan selera kebudayaan, mengubah pola-pola rekreasi, pola

tatanan keluarga. Media cetak juga mampu membujuk agar khalayak bersedia menerima suatu objek pembahasan yang dilontarkan oleh media tersebut, atau dalam bahasa sederhana disebut dengan pembentukan opini.

Di era terkini adanya kebebasan informasi dan kemajuan teknologi, pengaruh media terhadap individu maupun kelompok bahkan telah berhasil menumbuhkan pembaharuan-pembaharuan yang berjalan pesat. Pembaharuan yang berwujud perubahan maupun pembangunan pada umumnya, yang merupakan suatu proses berlanjut yang menyangkut hubungan antar media dan massa. Dunia Islam saat ini pun, terutama bidang komunikasi dakwah terkini/kontemporer, seakan mengalami tantangan yang semakin kompleks baik di dunia nyata melalui media massa dan tak kalah berat masih juga harus menghadapi konfrontasi di dunia maya.

Tantangan dakwah kontemporer saat ini terutama adalah keterkaitan dengan adanya pandangan-pandangan ideologi atau –isme-isme/paham-paham yang menyandang kemungkaran yang dapat mendorong terjadinya perubahan kearah yang bertentangan dengan dakwah Illaallah. Karenanya dunia dakwah Illaallah dituntut untuk bersikap arif dalam menyikapi globalisasi tehnologi dengan memilih media yang tepat sebagai sarana komunikasi.

Menilik kaitan yang erat antara komunikasi¹ dan dakwah maka dakwah Illaallah harus ditempatkan sebagai salah satu bentuk komunikasi manusia yang akan menjadi landasan sumber etika dan moral yang dalam Jurnalistik dikenal sebagai kode etik, maupun dakwah sebagai ilmu pengetahuan, ataupun sebagai aktivitas kontrol sosial. Pandangan ini akan bermakna bahwa jenis media yang dipilih sebagai media dakwah akan merupakan pesan dakwah yang memiliki dampak yang luas dalam mempengaruhi khalayak.

Sudah menjadi kewajiban setiap muslim untuk menyampaikan Islam kepada orang lain walau pun cuma satu ayat, sebagaimana hadits Rasulullah SAW yang berbunyi *Balighu 'anni walau ayatan* (HR Al Bukhari no 31274)². Oleh karena itu seyogyanya setiap muslim mampu mencari sarana yang tepat dengan dibekali pula oleh ilmu yang mumpuni sehingga

¹ Kata komunikasi adalah berasal dari bahasa latin *communicatio* dengan akar kata *com* (*cum* berarti dengan atau bersama-sama dengan) dan *unio* (*union* dengan arti persatuan), jadi *communicatio* atau komunikasi biasa dipakai untuk menjelaskan kemampuan manusia memilih label dan simbol tertentu, atau menjelaskan hubungan di antara manusia dan hubungan manusia dengan dunia di sekeliling mereka. Lihat di Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hal. 3. Sedangkan pendapat lain menyebutkan, komunikasi merupakan proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa. Lihat di Tommy Suprpto, *Pengantar ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi* (Yogyakarta: CAPS, 2011), hal. 5-6

² Abdurrahman Abdullah As Sanad, *Himpunan Materi kultum Ad Din dan Nasihah* (Jakarta: Darul Haq, 2008), hal. 59

dapat mengambil perannya dalam berdakwah. Dari beragam keberadaan media, salah satunya adalah unsur foto yang di dalam media cetak selalu dilekatkan dalam suatu berita, yang menjadi bagian yang tidak terpisahkan lagi dalam dunia jurnalistik yang lebih dikenal sebagai fotografi jurnalistik.

Pada dasarnya fotografi jurnalistik adalah bagian dari foto dokumentasi yaitu foto yang merupakan salah satu media visual untuk merekam, mengabadikan atau menceritakan suatu peristiwa. Atau dapat dikatakan fotografi jurnalistik adalah “Foto yang bercerita”, yaitu adalah sebuah foto yang dapat membuat orang yang melihatnya tidak hanya menikmati tetapi juga memaknai hal yang sebenarnya ingin disampaikan seorang fotografer dalam karyanya. Sebuah hasil foto adalah merupakan ruang diskusi yang sifatnya dua arah antara aspek emosi fotografernya kepada penikmatnya begitu pula sebaliknya.

Bahkan bisa dikatakan sebuah foto bisa lebih berbahaya daripada seribu kata-kata yang dirangkai. Sebagai contoh fenomena foto-foto yang muncul belakangan ini adalah maraknya foto-foto yang berunsur pornografi yang digunakan media sebagai daya pikat, atau foto- foto yang berunsur kekerasan atau foto- foto demonstrasi rakyat yang menyuarakan jeritan hatinya kepada pemerintah. Pada akhirnya sebuah foto mampu mewakili gagasan yang ingin disampaikan dan dampaknya bisa langsung mempengaruhi perilaku pembaca bahkan bisa mengganggu siklus keharmonisan dalam masyarakat.

Dari fenomena diatas maka bisa dimengerti bahwa media massa memiliki kekuatan besar pada dampaknya sebagai lembaga sosial. Media massa khususnya media cetak, berperan besar sebagai agenda setting yang dapat merekayasa opini yang ingin dicitrakan. Sehingga dengan memahami keunggulan fotografi jurnalistik sebagai pilihan dari salah satu media komunikasi dakwah Ilaallah maka keberhasilan dakwah pun akan dapat lebih mudah diterapkan serta direalisasikan dalam era teknologi masa kini sesuai dengan kapasitas khalayak yang akan dijangkau dan sifat pesan yang akan disalurkan.

Kerangka Dasar Teori

Media Massa

Media massa merupakan salah satu unsur dalam komunikasi massa yang merupakan salah satu konteks dari komunikasi manusia yang pada hakikatnya menerangkan proses berkomunikasi dengan manusia dalam situasi massa. Asal kata media sendiri adalah berasal dari bahasa latin *medium* yang berarti perantara, pengantara atau tengah, sedangkan media adalah istilah dalam pengertian jamak yang kemudian istilah *media* itu

digunakan dalam bahasa Inggris dan diserap ke dalam bahasa Indonesia, dengan makna antara lain: alat komunikasi, atau perantara, atau penghubung.³

Kata massa sendiri, menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia⁴, adalah orang banyak yang bersatu oleh ikatan atau aliran pikiran tertentu. Jadi jika kita perhatikan kenyataan di sekeliling kita, maka nyaris tidak ada aktivitas manusia yang tidak ditopang oleh media massa. Banyak orang kini membaca surat kabar, mendengarkan radio dan menonton televisi, menonton film atau telenovela melalui CD. Bahkan tak dipungkiri bahwa aktivitas komunikasi massa telah dijadikan ajang bisnis. Dalam kesempatan ini, para komunikator massa berambisi menyebarluaskan informasi baik yang berbentuk berita atau hiburan kepada masyarakat. Makin banyak orang, makin luas jangkauan wilayah maka makin cepat dan makin tepat informasi itu sampai ke tujuan, walaupun mereka harus rela mengeluarkan biaya yang besar untuk memakai jasa media.

Media Massa Sebagai Institusi Sosial

C.Wright Mills⁵ menerangkan bahwa yang dimaksud dengan institusi (sosial) adalah seperangkat pesan dalam sebuah kewenangan yang dibentuk secara konsisten oleh pola-pola tindakan atau perilaku yang telah diakui dan mempunyai sanksi oleh suatu kelompok masyarakat. Tujuan institusi adalah membimbing tindakan atau perilaku individu sebagai anggota suatu kelompok, dan mengajarkan cara-cara bagaimana setiap individu memenuhi kebutuhan mereka.

Menilik teori diatas maka bisa dikatakan bahwa media massa adalah juga memiliki kriteria sebagai sebuah institusi sosial, karena media massa mempunyai peran untuk menyebarluaskan informasi, dimana peran ini dibentuk secara konsisten oleh pola-pola atau tindakan perilaku yang telah diakui dan mempunyai sanksi oleh masyarakat.

Dalam kenyataannya, dengan perkembangan dan kemajuan teknologi media, maka peranan media massa makin luas karena menampilkan banyak peran, bukan hanya menyebarluaskan informasi, hiburan, namun juga pengaruh melalui isi informasi yang disebarluaskan. Oleh karena itu, para ahli komunikasi menganggap media massa merupakan institusi sosial yang paling komplet karena memerankan banyak tugas dan fungsi dari masyarakat dan selanjutnya memenuhi kebutuhan masyarakat juga.

³ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha ilmu, 2011), hal. 89

⁴ Tim Pustaka phoenix, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Media Pustaka Phoenix, 2007), hal. 567

⁵ Ibid. hal. 876

Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana menurut Bittner⁶ “*mass communication is message communicated through as mass medium to a large number of people*” (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). Setiap media komunikasi mempunyai gramatika yaitu aturan kerja yang erat hubungannya dengan gabungan indera (penglihatan, sentuhan, suara, penciuman, dan sebagainya), yang berkaitan dengan penggunaan media oleh seseorang.

Seseorang yang berkomunikasi melalui media massa, baik pimpinan redaksi, wartawan, penulis, pengisi kolom, mereka tidak mengatasnamakan diri mereka sendiri (TV, radio, koran, atau majalah), tetapi mengatasnamakan lembaga/media tempat mereka bekerja. Oleh karena itu, mereka perlu memahami norma-norma yang berlaku dalam komunikasi massa. Dalam konteks ini, tentunya semua standar tersebut lebih relevan diterapkan bagi pers yang menganut pers bebas dan bertanggung jawab seperti di Indonesia dan negara-negara Timur lainnya.

Dalam perspektif Islam, komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi islam, yaitu komunikasi berakhlak *al-karimah* atau beretika, yaitu komunikasi yang bersumber kepada Al Qur'an dan Hadits (Sunnah Nabi). Perbedaan komunikasi islami dengan non-islami adalah lebih pada isi pesan (*content*). Komunikasi yang harus terikat perintah agama dan dengan sendirinya pula unsur *content* mengikat unsur komunikator. Artinya, komunikator harus memiliki dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam menyampaikan pesan berbicara, berpidato, berkhotbah, berceramah, menyiarkan berita, menulis artikel, mewawancarai, mengkritik, melukis, menyanyi, bermain film, bermain sandiwara di panggung pertunjukan, menari, berolahraga dan sebagainya.

Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik adalah setiap foto yang diambil dan disebarluaskan dalam medium manapun.⁷ Jurnalistik mengaitkan foto dengan peristiwa, memberikan padanan, dan intinya merangkum apa yang seharusnya bisa terungkap melalui foto, dan bahkan diributkan dalam sidang keredaksian mengenai sudut pandang fotografi yang layak dimuat, telah mengangkat foto dari hanya pengalaman responsi alat yang bernama kamera. Lebih dari itu, pada foto jurnalistik, *venue* atau keadaan citra gambar yang walaupun tidak terabadikan jelas secara kualitas, tidak artistik, *blurring*, cacat atau dimetral

⁶ Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hal. 62

⁷ *Ibid*, hal. 21

(terpotong), jika berkaitan dengan peristiwa penting, akan segera diperlakukan dengan sungguh-sungguh.

Sebuah foto dapat berdiri sendiri, tetapi jurnalistik tanpa foto rasanya kurang lengkap. Foto merupakan salah satu media visual untuk merekam, mengabadikan, atau menceritakan suatu peristiwa. Semua foto pada dasarnya adalah dokumentasi, dan foto jurnalistik adalah bagian dari foto dokumentasi. Perbedaan foto jurnalistik adalah terletak pada pilihan, membuat foto jurnalistik berarti memilih foto yang cocok.

Nilai suatu foto ditentukan oleh beberapa unsur⁸ yaitu aktualitas, berhubungan dengan berita, kejadian luar biasa, promosi, kepentingan, human Interest dan universal. Sehingga foto jurnalistik sendiri terbagi menjadi beberapa bagian adalah sebagai berikut:⁹

1. Spot News yaitu foto-foto insidental/tanpa perencanaan (contoh: foto bencana, kerusakan, aksi terorisme dll)
2. General New yaitu foto yang terencana (contoh: foto olahraga; daily life/keseharian; portraits/people in the news/potret dalam segala kondisi; *nature and environment*/alam dan lingkungan, dll).
3. Foto Feature yaitu foto untuk mendukung suatu artikel.
4. Esai Foto: Kumpulan beberapa foto yang dapat bercerita.

Arbain Rambey (fotografer kompas)¹⁰ mengklasifikasikan foto jurnalistik yang layak muat pada sebuah media cetak adalah sebagai berikut:

1. Foto Hardnews, contohnya foto bentrokan mahasiswa dengan aparat di depan DPR atau foto gunung merapi meletus, dan lain sebagainya.
2. Foto Headshot dan Potraits, yaitu foto orang yang menguatkan berita dan untuk memberitahukan kepada pembaca tentang wajah seseorang.
3. Foto Features adalah foto yang tidak basi oleh waktu. Penataan foto features ini bisa kapan-kapan tergantung media.
4. Foto ilustrasi, foto jenis ini adalah foto yang paling rendah kelasnya dalam foto jurnalistik. Kalau perlu tidak dimuat pun tidak apa-apa.

Persatuan Wartawan Indonesia¹¹ telah membuat suatu rumusan untuk memilih sebuah foto jurnalistik berdasar dari kuat atau lemahnya sosok penampilan berita foto adalah sebagai berikut:

1. Kehangatan atau actual yaitu sesuai dengan prasyarat umumnya sebuah berita, subjeknya bukan merupakan hal basi, sehingga betapa pun suksesnya pengambilan sebuah foto bila tidak secepatnya dipublikasikan, sebuah foto belumlah memiliki nilai berita.

⁸ *Ibid* , hal 160-161

⁹ *Loc.Cit*

¹⁰ Arbain Rambey , "Foto Jurnalistik, Gabungan Gambar dan Kata", diakses 22 Desember 2011 dari <http://Jurnalistikuinsgd.wordpress.com>

¹¹ www.kompasimages.com, diakses tanggal 23 Desember 2011

2. Faktual yaitu objek foto tidak dibuat-buat atau dalam pengertian diatur sedemikian rupa, jadi harus merupakan rekaman peristiwa yang terjadi spontan sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya, karena ini berkaitan dengan suatu kejujuran.
3. Informatif yaitu foto mampu tampil dan dalam lebatan yang dapat ditangkap kondisi yang ingin diceritakan. Definisi informatif bagi tiap foto perlu ukuran khas maka dalam sebuah foto jurnalistik visual unsur *who* (siapa), *Why* (mengapa), jika itu menyangkut tokoh dalam sebuah berita. Dan keterangan selanjutnya melengkapi unsur penulisan yang menuntut 5W +1H (sebagai pelengkap informasi) ditulis pada keterangan foto (*caption*).
4. Misi yaitu sasaran esensial yang ingin dicapai oleh penyajian berita foto dalam penerbitan mengandung misi kemanusiaan merangsang publik untuk menghargai apa yang patut dihargai atau sebaiknya menggugah kesadaran mereka untuk memperbaiki apa yang dianggap merusak.
5. Gema yaitu sejauh mana topik berita menjadi pengetahuan umum dan punya pengaruh terhadap kehidupan sehari-hari dalam skala tertentu. Apakah satu peristiwa atau kejadian Cuma bersifat lokal, nasional, regional atau internasional.
6. Atraktif yaitu menyangkut sosok grafis foto itu sendiri yang mampu tampil secara menggigit atau mencekam, baik karena komposisi garis atau warna yang begitu terampil maupun ekspresif dari subjek utamanya yang amat dramatis

Sejarah Harian Umum Republika

Harian Umum Republika diterbitkan atas kehendak Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) untuk mewujudkan media yang mampu mendorong bangsa menjadi kritis dan berkualitas. Maka, untuk mewujudkan tujuan, cita-cita, dan program ICMI di atas, beberapa tokoh pemerintah dan masyarakat yang berdedikasi dan komitmen pada pembangunan bangsa dan masyarakat Indonesia, yang beragama Islam

Pada 17 Agustus 1992 dibentuk Yayasan Abdi Bangsa oleh 48 orang terdiri dari beberapa menteri, pejabat tinggi negara, cendekiawan, tokoh masyarakat serta pengusaha. Mereka antara lain adalah Ir. Drs Ginanjar Kartasasmita, Haji Harmoko, Ibnu Sutowo, Muhamad Hasan, Ibu Tien Soeharto, Probosutedjo serta Ir Aburizal Bakrie dan lainnya. Dengan pelindungnya Haji Muhammad Soeharto sementara Prof.Dr.Ing.B.J.Habibie dipercaya sebagai ketua Badan Pembina Yayasan Abdi Bangsa. Yayasan ini memperoleh SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) dari Departemen Penerangan Republik Indonesia dengan nomor 283/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1992 tertanggal 19 Desember 1992.

Nama Republika sendiri berasal dari ide Presiden Soeharto yang disampaikannya saat beberapa pengurus ICMI pusat menghadap padanya

untuk menyampaikan peluncuran harian umum tersebut. Sebelumnya, koran ini akan diberi nama, antara lain “Republik”.

Visi dan Misi Harian Umum Republika

Republika adalah sebuah surat kabar yang lahir di tengah Indonesia yang berubah secara cepat. Pada perubahan yang melanda hampir semua aspek politik, ekonomi, iptek, sosial, budaya “keterbukaan menjadi kata kunci. Republika memilih berposisi untuk mempersiapkan masyarakat Indonesia memasuki masa dinamis ini, tanpa perlu kehilangan segenap kualitas yang telah dimilikinya.

Motto Republika “Mencerdaskan Kehidupan Bangsa “menunjukkan semangat mempersiapkan masyarakat memasuki era baru. Keterbukaan dan perubahan telah dimulai dan tidak ada langkah kembali, bila kita memang bersepakat mencapai kemajuan. Meski demikian, mengupayakan perubahan juga berarti pembaharuan tidak mesti harus mengganggu stabilitas yang telah susah payah dibangun.

Keberpihakan Republika terarah kepada sebesar-besar penduduk negeri ini, yang mempersiapkan diri bagi sebuah dunia yang lebih baik dan adil. Media massa, dengan Republika sebagai salah satu darinya, hanya menjadi penopang agar langkah itu bermanfaat bagi kesejahteraan bersama. Dengan latar belakang tersebut, misi Republika adalah sebagai berikut :

1. Politik: Republika mendorong demokratisasi, dan optimalisasi lembaga-lembaga negara, partisipasi politik semua lapisan masyarakat dan mengutamakan kejujuran dan moralitas dalam politik.
2. Ekonomi: Keterbukaan dan demokratisasi ekonomi menjadi kepedulian Republika, mempromosikan profesionalisasi yang mengindahkan nilai-nilai dalam manajemen, menekankan perlunya pemerataan sumber-sumber daya ekonomi, dan mempromosikan prinsip-prinsip etika dan moralitas dalam bisnis.
3. Budaya: Republika mendukung sikap yang terbuka dan apresiatif terhadap bentuk-bentuk kebudayaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dari mana pun datangnya, mempromosikan bentuk-bentuk kesenian dan hiburan yang sehat, mencerdaskan, menghaluskan perasaan, mempertajam kepekaan nurani, serta bersikap kritis terhadap bentuk-bentuk kebudayaan yang cenderung mereduksi manusia dan mendangkalkan nilai-nilai kemanusiaan.
4. Agama: Republika mendorong sikap beragama yang terbuka sekaligus kritis terhadap realitas sosial-ekonomi kontemporer, mempromosikan semangat toleransi yang tulus, mengembangkan penafsiran ajaran-ajaran ideal agama dalam rangka mendapatkan pemahaman yang segar dan tajam, serta mendorong pencarian titik temu di antara agama-agama.

5. Konsep Produk: Fakta yang memang semestinya ditampilkan. Perbedaannya ada dalam pengemasan, pendalaman, dan penyajian. Republika cenderung menyajikan lebih atraktif, jelas dan tuntas sehingga tidak perlu mengernyitkan dahi untuk memahaminya.
6. Corak jurnalisme yang khas yang “enak dibaca” (*readable*). Bahasa dan gaya penuturannya diupayakan populer, renyah dan tidak kaku tanpa mengabaikan kaidah bahasa.
7. Visualisasi dan disain yang menarik dalam bentuk penonjolan unsur grafis yang informatif berupa gambar, foto, tabel serta eksploitasi cetakan warna juga merupakan kekuatan surat kabar ini. Ditunjang oleh sajian berita yang tuntas pada satu halaman, tanpa bersambung ke halaman lain.
8. Pilihan Topik, yang tidak mengandung pretensi untuk menjadi terlalu filosofis, lebih memperhatikan topik-topik yang dekat dengan dan berdampak langsung terhadap masyarakat pembaca. Ini tidak berarti Republika mengabaikan kedalaman dan keseriusan, justru Republika berupaya mengembangkan semacam surat kabar “semi magazine” artinya akan banyak berita yang ditulis dengan gaya features.

Pembahasan Umum

Edisi Cahaya Ramadhan 1432 Hijriah pada harian Republika adalah edisi / suplemen khusus yang diedarkan pada masa menjelang Ramadhan hingga pasca Ramadhan, tepatnya beredar sejak tanggal 25 Juli 2011 hingga 29 Agustus 2011. Dari hasil penelitian umumnya Cahaya Ramadhan terdiri atas empat halaman dari keseluruhan halaman surat kabar Republika yang pada umumnya berjumlah 32 halaman, kecuali terbitan Sabtu dan Minggu hanya 24 halaman saja. Dari penelitian total artikel pada Cahaya Ramadhan 1432 H adalah sejumlah 1.214 artikel dengan jumlah foto di dalamnya adalah 509 lembar. Di tinjau dari perbandingan banyaknya artikel dengan jumlah foto, bisa dipastikan bahwa keberadaan foto Jurnalistik sangat memegang peranan penting dalam suatu berita terutama pada harian Republika.

Bahasan gambaran umum foto jurnalistik pada foto nomor 1-18 adalah representatif dari kebijaksanaan harian Republika. Yogi Ardhi Cahyadi selaku kepala biro foto harian Republika kepada penulis pada 16 Februari 2012 di kantor Republika Jakarta, mengatakan bahwa Republika telah bersepakat untuk tidak memuat foto-foto bernuansa erotis, merokok dan gambar rokoknya itu sendiri serta gambar-gambar minuman keras dan sejenisnya¹². Ragam foto jurnalistik yang disajikan bisa berdiri sendiri, *single*, tanpa artikel menyertainya seperti pada contoh foto nomor 6, nomor 8, nomor 10, dan nomor 16 serta nomor 18. Jenis foto jurnalistik seperti itu bisa dikategorikan sebagai “foto bercerita” dimana Jurnalistik mengaitkan

¹² Wawancara Pribadi dengan Yogi Ardhi Cahyadi, Jakarta, 16 Februari 2012.

foto dengan peristiwa, memberikan padanan, dan intinya merangkum apa yang seharusnya bisa terungkap melalui foto atau artikel dengan foto (foto selain yang telah disebutkan).

Yang biasanya ada pada sebuah foto jurnalistik adalah '*Caption*' atau Keterangan atau teks foto adalah judul atau label dengan beberapa tujuan penting namun hal ini bukanlah aturan yang tidak fleksibel. Keterangan dan foto memiliki hubungan simbiosis. Suatu foto sendiri akan terlihat datar, jika bergabung mereka akan saling menguatkan.

Suatu keterangan yang baik menjelaskan hal yang tak tampak dan menarik perhatian pada foto tersebut. Keterangan meniupkan nyawa pada foto dengan memberikan konteks dan menambah makna. Foto menarik perhatian ke keterangan, dan keterangan foto menjembatani foto dan teks artikel.

Keterangan foto membantu pembaca membangun cerita seputar gambar. Keterangan digabungkan dengan gambar sering memberikan informasi baru yang tidak ditemukan dalam teks artikel. Tidak semua foto membutuhkan keterangan beberapa hanyalah sebagai hiasan. Beberapa yang lain mungkin telah dapat "berbicara" sendiri. Contoh foto tanpa '*caption*' bisa dilihat pada contoh foto nomor 4, nomor 11 dan nomor 12.

Sumber foto jurnalistik di harian Republika biasanya didapatkan dari 1) Para fotografer Republika sendiri, contoh pada foto nomor 1, nomor 2, nomor 4, nomor 10, nomor 12, nomor 13, nomor 15, nomor 16, dan nomor 18. 2) Dari Kantor Antara; contoh foto nomor 3 dan nomor 11. 3) Foto di diambil dari Reuters, contoh pada foto nomor 5, nomor 14 dan nomor 17, 4) Foto di dapat dari Assosiate Press (AP); seperti pada foto nomor 6, nomor 7 dan nomor 8.

Pembahasan Foto Jurnalistik Terpilih Pada Edisi Cahaya Ramadhan 1432 H

1. Bahasan pada Pilihan Foto Nomor 7, Judul Foto: Buka Bersama

Caption Foto: Presiden AS Barack Obama berbicara saat acara buka bersama dengan tokoh-tokoh Muslim AS di Gedung Putih, Washington, Rabu (10/8). Obama mengatakan Muslim AS telah memberi kontribusi besar kepada negara itu.

Di tinjau dari klasifikasi berita maka artikel ini bisa dimasukkan dalam katagori berita ringan (*soft news*). Materi isi berita ini sendiri dapat dikelompokkan ke dalam berita politik (*political news*). Di lihat dari kriteria umum nilai beritanya sehingga layak muat adalah karena nilai aktual

(*timelines*) yaitu waktu foto dimuat momennya tepat saat Ramadhan apalagi nilai beritanya adalah orang penting/*prominence* (*news is about people*). Disimpulkan bahwa foto di atas bisa dikategorikan sebagai foto feature minat insani (*human interest feature*) dan fungsi foto untuk mendukung suatu artikel.

Sebuah foto adalah ruang diskusi yang sifatnya dua arah yang mencakup di dalamnya aspek emosi. Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss¹³ berkenaan dengan komunikasi antar budaya, mengemukakan bahwa suatu sistem sandi bersama (budaya) terdiri dari dua aspek yaitu verbal dan non verbal. Pada foto tanda verbal bisa dilihat pada pesan tulisan, sementara tanda non verbal bisa berupa pesan dalam bentuk isyarat, gerak, sikap dan gambar. Kita sering menafsirkan isyarat-isyarat nonverbal ini secara tidak sadar, pesan yang diterima sering berbeda dengan yang dimaksud pembicara. Untuk menyamakan persepsi maka makna nonverbal/konotasi yang dimaksud penulis dalam bahasan ini dan selanjutnya adalah dalam konteks/bahasan prinsip-prinsip komunikasi menurut Al-Qur'an.

Pada Foto nomor 7, makna non verbal yang muncul adalah termasuk sesuatu yang memiliki nilai keluarbiasaan (*unusualness*). Melihat jejak rekam masa pemerintahan sebelum Obama¹⁴, AS sebagai pemimpin dunia dengan peristiwa-peristiwa campur tangan pendudukan AS pada negara-negara lemah lainnya hingga peristiwa *Blood for oil*, menjelang invasi Irak tahun 2003, dimana lebih dari dua juta warga Irak tewas serta dua juta orang lebih tergusur dari kampungnya dan sisanya terlunta-lunta di Irak sendiri, hingga muncul isu Kristen versus Muslim. Maka kemunculan Obama sebagai sang pembaharu sangat di nanti oleh seluruh dunia.

Pemuatan foto Buka Bersama, Obama yang non muslim bersama para tokoh muslim AS mungkin juga merupakan foto terbuka pertama yang dilakukan oleh seorang Presiden AS yang adidaya, mengingat diskriminasi pemerintahan sebelumnya terhadap umat muslim yang menganggap Islam identik dengan teroris maka foto ini jadi sangat menyejukkan hati. Dalam teori agenda setting foto ini menyiratkan pesan yang efektif untuk memperbaiki citra AS di mata kaum muslimin dunia, juga terutama untuk mengikat perdamaian serta dukungan dari kaum Muslimin AS pada khususnya. Disini kedudukan Obama sebagai pemimpin dunia akan menjadi inspirasi pemimpin lainnya untuk melakukan hal yang sama dengannya. Prinsip pendekatan komunikasi menurut Al Qur'an bisa dikategorikan sebagai foto yang qaulan

¹³ Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi pendekatan budaya dan Agama* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hal. 212-213

¹⁴ Simon Saragih, *Ketekunan dan Hati Putih Barack Obama* (Jakarta: Gramedia, 2009), hal. xiv

maru'fan¹⁵⁾ , yaitu cara berkomunikasi antara komunikator yang memiliki power kepada lapisan minoritas dibawahnya sebagai komunikan, tersirat pada makna foto¹⁶ gambaran seorang Obama yang membuka pintu dialog dan nampak sikap hangatnya terhadap kaum muslimin walau tidak dipungkiri juga kental dengan aroma politiknya. Foto ini menggambarkan bagaimana sikap kita sebagai seorang muslim berhubungan dengan non muslim- Sebagaimana Rasulullah SAW pernah menerima undangan seorang Yahudi-, mengingatkan tentang pentingnya sebuah komunikasi yang baik untuk memelihara hubungan yang harmonis antara sesama, sepanjang terlihat ada maksud dan tujuan yang baik bagi keuntungan umat muslim itu sendiri.

2. Bahasan Pilihan Foto Nomor 13, Judul Foto: Stan Rumah Yatim

Caption Foto: *Seorang penjaga Stan Rumah Yatim menerangkan cara berwakaf kepada pengunjung pada Republika Ramadhan Fair di masjid At-tin, Jakarta, Senin (1/8). Rumah Yatim ar-Rahman Indonesia sedang membangun apartemen yatim yang diperkirakan menelan biaya Rp 3,9 miliar.*

Yang menarik dibahas dalam foto ini adalah makna nonverbal yang terkandung dalam foto adalah sebagai berikut:

- a. Suatu peristiwa / event yang dilaksanakan oleh harian Republika, yang dalam teori komunikasi dikatakan sebagai pembentukan opini yaitu sebagai pengukuhan bahwa harian Republika adalah harian yang bersegmen islami dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang bernuansa islami terlebih di bulan Ramadhan.
- b. Adanya makna bahasa yang antagonis antara kata yatim dan kata apartemen yang di dapat dalam papan iklan pada foto yang mempunyai fungsi berita sebagai foto promosi suatu produk, yaitu adanya penawaran untuk berwakaf pada pembangunan apartemen bagi anak yatim. Kata yatim¹⁷ adalah anak yang tidak beribu atau tidak berbapa (atau tidak beribu-bapa), setengah orang memakai kata yatim untuk anak yang bapanya meninggal; piatu, anak yang tidak hanya yatim saja, melainkan tak ada kata lagi yang memeliharanya. Kata apartemen¹⁸ adalah kamar atau beberapa kamar (ruangan) yang diperuntukkan untuk tinggal, terdapat di dalam suatu bangunan yang biasanya mempunyai kamar atau ruangan-ruangan lain semacam itu.

¹⁵ *Op.cit*, hal.72

¹⁶ Diskusi Pribadi dengan Ahmad Rifai, pada Jakarta 9 Februari 2012

¹⁷ W.J.S. Poerwadarminta, Kamus *Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), hal. 1154

¹⁸ *Ibid*, hal. 53

Makna konotasi apartemen pada masa kini adalah masih identik dengan bangunan mewah yang biasa di huni oleh orang yang sangat mampu untuk memilikinya selain rumah tinggal sebagai hunian. Pertanyaan yang muncul adalah kenapa anak yatim yang harus dibangun apartemen, kenapa tidak rumah biasa saja? Banyak ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadits yang membahas tentang anak Yatim di antaranya adalah Al-Qur'an ⁽⁴²⁾ sebagaimana Firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al Hasyr:7: "Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya".

Abu Syuraih, Khuwalid bin Amru Al-Khuza'i r.a berkata bahwa Rasullullah SAW, mengucapkan,"Ya Allah, aku menyatakan berdosa bagi orang yang mengabaikan hak dua orang lemah: anak yatim dan kaum wanita" (Hadits ini hasan. Hadits riwayat Imam Nasa'i)¹⁹

Hikmah yang didapat yaitu bahwa orang-orang fakir adalah generasi awal pemeluk Islam, kesetaraan manusia adalah prinsip yang sudah diterapkan sejak masa awal dakwah Islam.

Ada anjuran untuk menanggung anak yatim dan mengurus hartanya, ancaman bagi orang yang berlaku tidak baik terhadap wanita dan anak yatim. Jadi sangat jelas sekali muslim yang baik adalah yang memuliakan yatim karena Allah sendiri sangat memuliakan orang terutama anak yatim.

Penafsiran foto jurnalistik di atas adalah mengikuti prinsip komunikasi qaulan maysura²⁰, yaitu kata-kata yang digunakan mudah dicerna, dimengerti, dan dipahami oleh komunikan. Kata-kata yang mudah dipahami itu ialah kata-kata yang mengandung makna denotatif, yaitu kata-kata yang mengandung arti sebagaimana tercantum dalam kamus. Sementara menurut Hamka, dalam tafsir Al-Azhar bahwa qaulan masyura berarti kata-kata yang menyenangkan.

Berdasarkan konteksnya, istilah qaulan masyuran pantas diucapkan oleh orang kaya dan dermawan, berhati mulia serta rela menolong orang yang pantas ditolong, meskipun yang dermawan tersebut dalam keadaan kekurangan, ia tetap memberi pertolongan.

¹⁹ Ahmad Hatta, *Tafsir Qur'an per kata* (Jakarta: Maghfiroh Pustaka, 2011), hal. 285

²⁰ Mustofa Said Al-Khin dkk, *Riyadhus Shalihin* (Jakarta: Al-Ithom, 2008), hal. 341

Para ahli komunikasi menyebutkan dua dimensi komunikasi. Dimensi pertama, isi pesan. Dimensi yang kedua adalah penyampaian pesan ketika seorang komunikator berkomunikasi, bukan hanya menyampaikan isi (*content*) di antara publiknya, melainkan isi pesannya pun harus menggembirakan.

Foto ini layak dijadikan contoh jenis foto feature petunjuk praktis (*how to do feature*) karena menerangkan bagaimana cara berwakaf khususnya pada pembangunan apartemen bagi yatim.

3. Bahasan pada Pilihan Foto Nomor 15, Judul Foto: Ngabuburit

Caption Foto: *Group band GIGI bersama penyanyi Candil dan Iwa K menghibur ratusan warga yang menunggu buka puasa di halaman Purnabhakti Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Jakarta, Jum'at (5/8). Acara ini merupakan bagian dari rangkaian 'Republika Ramadhan Fair'.*

Abu Hurairah ra, berkata, Rasulullah SAW, bersabda: “Allah azza wa jalla berfirman, “Setiap amal perbuatan anak Adam (manusia) adalah untuknya, kecuali berpuasa, karena puasa adalah untuk-Ku dan Aku sendiri yang akan membalasnya” (muttafaq’alaih, redaksi hadits ini milik Bukhari)²¹.

Ramadhan adalah bulan suci, bulan yang diistimewakan dibandingkan bulan-bulan lain. Orang yang berpuasa Ramadhan semestinya patut bergembira karena bulan Ramadhan adalah bulan yang penuh berkah dan waktunya beribadah serta berbuat baik melebihi ibadah di bulan-bulan lainnya.

Menurut Imam Syafi’i²², di bulan Ramadhan sebaiknya kita banyak bershadaqah, karena banyak yang sibuk beribadah dan mengurangi porsi kerja mereka. Selain itu juga punya nilai dengan meneladani Rasulullah.

Istilah ngabuburit pada Kamus Besar Bahasa Indonesia jilid IV tahun 2008 halaman 226 berstatus sublema dari lema burit (sore) .

Ngabuburit (diserap dari bahasa Sunda) berarti menunggu azan magrib menjelang berbuka puasa pada waktu bulan Ramadan.

Ruang diskusi foto nomor 15 adalah bahwa Rasulullah SAW, pada bulan Ramadhan meneladani kita dengan banyak beribadah, berzikir, dan lain-lain yang sifatnya mendekatkan diri kepada Allah Swt dan tidak sekali pun ada riwayat yang menyebutkan mengisi Ramadhan dengan selain beribadah kepada-Nya . Penulis sependapat dengan pemikiran Ustadz Ahmad Rifai.bahwa 1). Bentuk ngabuburit dengan kegiatan group band seperti tampak pada foto tersebut adalah bisa

²¹ Mustafa S Aid Al Khin, dkk, *Op.cit*, hal. 407

²² *Ibid*, hal. 412

dikategorikan dalam bid'ah karena Rasulullah SAW tidak pernah mengajarkannya hal yang seperti itu di masa nya. 2). Adanya gambar yang cukup besar dan menarik perhatian dari para personil band sebagai latar belakang panggung juga merupakan sesuatu yang diharamkan, dikhawatirkan akan adanya/ menjadi bentuk peng'kultus'an yang akan berakibat buruk pada tercerabutnya aqidah seseorang yang memujanya dan sehingga tergelincir dalam kesyirikan.

Tampak jelas di sini media cetak sangat berperan dalam mempengaruhi seseorang, bisa dilihat dari beberapa pemberitaan sikap dan perilaku para fanatik / pemuja group band atau penyanyi, rela mati sia-sia demi orang yang dipujanya walau yang dipujanya itu bahkan tidak mengenalnya dan tinggal jauh berada di daratan dan belahan dunia yang berbeda. Jenis feature foto masih dikategorikan sebagai feature minat insani (*human interest*) dan senada dengan foto nomor 7 .

Jenis foto nomor 15 sendiri jika menurut klasifikasi yang disusun oleh Arbain Rambey adalah termasuk jenis foto *headshot dan portraits*, yaitu foto orang yang menguatkan berita.

Sangat disayangkan bila pada bulan Ramadhan yang hanya datang satu bulan saja dari setiap tahunnya, kita sia-siakan dengan meninggalkan ibadah-ibadah yang dianjurkan selama bulan puasa, walau dengan alasan mengisi kebosanan dalam menanti waktu berbuka puasa. Justru di Bulan yang suci ini adalah waktu kita untuk menyibukkan diri untuk menjernihkan hati secara utuh dalam meningkatkan bentuk ketaatan kita kepada Allah.swt.

Dalam bahasan etika komunikasi bisa dikategorikan sebagai "Qaulan Sadiidan" yaitu cara komunikasi yang bisa dipakai adalah ucapan yang meruntuhkan jika disampaikan harus pula dalam saat yang sama memperbaikinya, dalam arti kritik yang disampaikan hendaknya merupakan kritik yang membangun atau dalam arti informasi yang disampaikan haruslah baik, benar, dan mendidik. Bahasan pada Pilihan Foto Nomor 18,

4. Judul Foto: Meraih Lailatul Qadar

Caption Foto: *Seorang jamaah tengah melaksanakan shalat malam di sebuah masjid di kawasan Bojonggede, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Rabu (24/8). Memasuki hari ke-25 Ramadhan, umat muslim berlomba-lomba meraih Lailatul Qadar dengan melakukan iktikaf di sejumlah masjid.*

Foto meraih Lailatul Qadar, ditinjau dari tehnik fotografinya²³, pengambilan fotonya sendiri membutuhkan persiapan yang ekstra teliti. Diambil dengan pencahayaan yang minim/seadanya yaitu jatuhnya

²³ Diskusi Pribadi bersama Boy Yulvan, pada 15 Februari,2012

cahaya dari sebelah kiri belakang objek serta objek yang akan difoto dalam kondisi diam dan tidak bergerak kemana-mana sehingga bisa didapat bayangan cahaya yang jatuh dari kepala objek menghasilkan efek yang dramatis. Untuk menghasilkan foto semacam itu diperlukan alat bantu penopang kamera (tripod), bila tidak hanya akan menghasilkan foto yang *blur* (kekaburan sebagian atau seluruh gambar) karena adanya ketidakseimbangan dalam memegang kamera. *Blur* sendiri pada dasarnya tidaklah selalu jelek. Bila digunakan dengan kreatif efek blur justru mampu memberikan kesan gerak pada foto yang lebih baik (lihat contoh foto nomor 12).

Foto nomor 18 sendiri diambil dengan istilah yang dikenal sebagai *Candid Camera*, artinya bahwa subjek yang dipotret sedang tidak dalam kondisi berpose atau 'sadar kamera'. Foto meraih Lailatul Qadar sejatinya termasuk foto yang bernilai estetika tinggi, di harian Republika foto yang semacam itu biasanya adalah pilihan/selera para fotografer senior, sama seperti contoh foto nomor 16 dengan judul : Tadarus Bersama, yang dibuat dengan tehnik silhouette, yaitu jenis hasil foto yang menonjolkan objek dibandingkan backgroundnya. Letak seninya adalah pada objek yang ditonjolkan dengan seberapa pandai seorang fotografer mampu mengeksplorasi objek tersebut. Jenis foto feature nya sendiri diklasifikasikan ke dalam *How to do Feature*.

Salah satu prinsip komunikasi dalam Islam adalah setiap berkomunikasi harus bertujuan mendekatkan manusia dengan Tuhannya dan hamba-hamba lainnya. Islam mengharamkan setiap komunikasi yang membuat manusia terpisah dari Tuhannya dan hamba-hambanya. Termasuk dosa besar dalam Islam apabila memutuskan ikatan kasih sayang (*qathi'at ar-rahim*)

Hasil foto dan Lailatul Qadar, *al Lail* atau malam dalam foto diwakili oleh sinar bayangan yang gelap sehingga penikmat foto akan sepakat melihatnya sebagai foto yang diambil waktu malam. Orang yang sedang shalat sendiri tengah malam di dalam masjid dinisbatkan dengan kondisi iktikaf, yaitu menetap dan tinggal di masjid dengan tujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt.

Keutamaan Lailatul Qadar²⁴ adalah malam yang paling utama sepanjang tahun, berdasarkan firman Allah ta'alla, " *Sesungguhnya Kami telah menurunkannya (Al-Qur'an) pada malam Qadar dan tahukah kamu apakah malam kemuliaan itu? Malam kemuliaan itu lebih baik dari seribu bulan*" (Al-Qadr:1-3). Maksudnya beramal pada malam itu dengan shalat, zikir dan membaca Al Qur'an, lebih utama dari amalan selama seribu bulan yang tidak dimiliki Lailatul Qadar.

²⁴ Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah jilid 2* (Jakarta:Pena Pundi Aksara,2008), hal 83-

Disunnahkan untuk mencari Lailatul Qadar pada malam-malam ganjil dari sepuluh hari terakhir bulan Ramadhan. Nabi SAW sendiri giat mencari malam itu pada sepuluh hari terakhir dan pada malam itu Nabi meramaikan malamnya, membangunkan keluarganya dan mempererat sarungnya²⁵. Dari Abu hurairah bahwa Nabi SAW bersabda: “Barangsiapa yang beribadah pada malam Qadar karena iman dan mengharapkan keridhaan Allah, maka diampuni dosa-dosanya yang terdahulu” (HR Bukhari dan Muslim).

Foto meraih Lailatul Qadar adalah bentuk komunikasi spiritual yaitu komunikasi yang terjadi antara manusia dan Tuhan. Atau dapat pula dipahami bahwa komunikasi yang didasari nuansa keagamaan.

Hakikat komunikasi adalah proses penciptaan makna dengan menggunakan simbol-simbol atau tanda-tanda. Allah telah menebarkan tanda-tanda atau simbol-simbol melalui dua ayat Allah²⁶: *Pertama*: ayat quraniyah (berbentuk firman Allah dalam tulisan-tulisan Al-Qur'an) yang berisi perintah-perintah dan larangan-larangan-Nya. Perintah-Nya, seperti shalat, puasa, zakat, haji dan sebagainya. *Kedua*: ayat kauniyah, berbentuk alam semesta antara lain: Allah menciptakan bumi, langit, gunung, bulan, bintang, manusia dengan warna kulit dan bahasanya, dan sebagainya.

Dalam prinsip komunikasi al-Qaul, foto nomor 18 bisa memenuhi kriteria ke dalam prinsip Qaulan Tsaqilah. Dalam Firman Allah Swt “*Sesungguhnya Kami akan menurunkan kepadamu perkataan yang berat*” pengertian komunikasi kata “berat” atau *Qawlan Tsaqilah* artinya kata-kata tersebut mengandung nilai-nilai kebenaran tidak ada keraguan di dalamnya dan tidak dapat dipengaruhi oleh apa pun.

Analisa foto no 18, Allah Swt berfirman dalam surat Al-Israa' ayat 23: “*Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia.....*”. Substansi ayat tersebut, paling tidak mengandung hal/ berkenaan dengan tuntunan berakhlak kepada Allah yang menjadi kunci utama/pokok etika dalam Islam. Bentuk akhlak kepada Allah sangat banyak ragamnya antara lain²⁷, mengenal Allah dengan yakin, merasa takut kepada Allah, merasa senantiasa diawasi oleh Allah, sabar atas ujian yang diberikan kepada Allah, rindu kepada Allah, senantiasa mengingat Allah dan lain-lain.

Pada dasarnya foto meraih Lailatul Qadar mampu memperlihatkan adanya komunikasi manusia kepada Allah SWT (*hablumminallah*) sekaligus foto tersebut mampu mewakili isi artikel / feature yang di muat dalam harian Republika sebagai penguat artikel

²⁵ Maksudnya adalah menjauhi istri-istrinya dan mempergiat amal ibadah.

²⁶ Ujang Saefullah, op.cit hal. 104-105

²⁷ *Ibid*, hal. 87

dan juga berfungsi wahana ekspresi yang efektif dan mempengaruhi khalayak.

Dengan foto tersebut orang yang diajak berkomunikasi akan lebih tersentuh hatinya, lebih tertarik. lebih tergerak jiwanya dan mencontoh pada perilaku yang ditampilkan, karena ia sadar bahwa apa yang disampaikan adalah semata-mata untuk kebaikan bersama, kebaikan kita dan kebaikan dirinya.

Kesimpulan

1. Aktivitas manusia bisa berjalan lancar karena komunikasi. Komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Manusia tidak bisa menghindari komunikasi.
2. Citra harian Republika terjabarkan dalam bentuk visi dan misinya, mampu memposisikan dan mencitrakan media yang dikelolanya sebagai media massa dakwah karena menonjolkan fungsi dakwah dari media massa yang bersangkutan.
3. Venue keadaan citra gambar, yang walaupun tidak terabadikan jelas secara kualitas, tidak artistik, blurring, cacat atau dimetral (terpotong), jika berkaitan dengan suatu peristiwa, akan tetap diperlakukan dengan sungguh-sungguh, contoh foto nomor 12 .
4. Nilai foto pada harian Republika juga memenuhi unsur-unsur seperti nilai aktualitasnya, berhubungan dengan berita, kejadian yang luar biasa, promosi, kepentingan, human interest dan universal.
5. Secara umum gambaran foto jurnalistik pada harian Republika yang menjadi objek penelitian, terutama pada edisi Cahaya Ramadhan 1432 H, yaitu foto nomor 13,14,15,16,17,18 mampu menjadi media dakwah.
6. Harian Republika adalah salah satu media massa cetak yang menyebarkan pikiran dan prinsip dakwah dengan pena (*da'wah bi al-qalam*). Hasil penelitian foto pada sampel foto nomor 7: Buka Bersama, foto nomor 18: Meraih Lailatul Qadar adalah bisa dikategorikan dalam dakwah bilhal/uswah.
7. Kedudukan foto terutama pada edisi Cahaya Ramadhan 1432 H cukup signifikan dalam mendukung suatu artikel atau feature, bila feature bermuatan / ajaran dan nilai Islami, sehingga foto feature tersebut bisa dinamakan sebagai foto feature Islami atau foto yang bernilai islami.
8. Menjawab variabel-variabel yang menjadi kriteria dalam penelitian pada foto, dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Makna denotatif pada temuan foto yang menjadi objek penelitian bisa disetarakan atau terwakilkan dengan apa yang disebut sebagai '*Caption foto*' karena pada hasil penelitian foto signifier /ekspresi dan signified (content/isi pesan) membentuk suatu penjelasan di dalam tanda terhadap realitas external.
 - b. Hasil penelitian pada foto disimpulkan bahwa makna konotatif, adalah makna yang didapat karena adanya unsur simbol, yaitu 'sesuatu yang terdiri atas 'sesuatu yang lain. Ringkasnya, jika tanda mempunyai satu arti (yang sama bagi semua orang), maka simbol mempunyai banyak arti (tergantung pada siapa yang menafsirkannya). Pada pembahasan hasil penelitian, penjabaran simbol yang terkandung dalam foto sebagai makna konotatif sudah terbatas pada konteks / makna komunikasi dari sisi pendekatan nilai-nilai islam sebagai landasan penelitian, baik dirujuk kepada ayat Al-Qur'an, hadits atau pun kisah keteladan Rasullullah SAW. Sehingga nilai foto yang tampak biasa bisa dianalisa isi /*content* nya sehingga mempunyai nilai lebih bahkan bisa dilihat 'ada apa di balik foto'.
 - c. Hasil penelitian pada pembahasan foto menyangkut aqidah, di dapat pada foto nomor 15: Ngabuburit. Adanya hasil temuan foto yang mengandung unsur penghambaan kepada Allah / hubungan seorang hamba kepada Tuhannya atau *hablumminAllah* terwakili oleh foto nomor 18: Meraih Lailatul Qadar sementara foto yang mengandung unsur hubungan muamalah atau hubungan antar manusia bisa dipandang sebagai hablumminnaas, terwakili pada hasil penelitian foto nomor 13: Stan Rumah Yatim , foto nomor 7: Buka Puasa.
 - d. Jenis Foto pada prinsip komunikasi/pesan dakwah dengan prinsip al- Qaul terpenuhi pada hasil analisa beberapa foto dari bahan penelitian
 - 1) Metode komunikasi berprinsip qaulan maru'fan pada hasil analisa foto Nomor 7: Buka Puasa
 - 2) Metode komunikasi berprinsip qaulan maysuran pada hasil analisa foto nomor 13: Stan Rumah Yatim

- 3) Metode komunikasi berprinsip *Qaulan Sadiidan* pada hasil analisa foto nomor 15: Ngabuburit.
 - 4) Metode komunikasi berprinsip *qaulan tsaqilah* pada hasil analisa foto nomor 18: Meraih Lailatul Qadar
- e. Klasifikasi jenis/feature pada hasil penelitian foto jurnalistik adalah sebagai berikut:
- 1) Jenis *How To do Feature/* feature penuntun atau petunjuk praktis ditemukan pada analisa foto nomor 2: Stan Rumah Yatim dan analisa foto nomor 4: Meraih Lailatul Qadar
 - 2) Jenis *Feature Human Interest*, cerita yang menerangkan tentang tokoh (news is about people) pada hasil analisa foto nomor 7: Buka Bersama (tokoh, Obama) dan pada hasil analisa foto nomor 15: Ngabuburit (tokoh, group Band Gigi)
 - 3) Kesimpulan akhir bahwa dari uraian di atas bisa dipastikan bahwa media foto jurnalistik sangat mampu dijadikan sarana komunikasi dakwah yang efektif sepanjang memenuhi kriteria dan syarat foto, yaitu foto yang bermuatan pesan dakwah, pemilihan foto yang selektif bagi pembaca yang mayoritas muslim sebagai pembelajaran, foto yang mampu menyejukkan penikmat foto/pembaca nya, foto yang mampu membangkitkan semangat persatuan Islam tanpa terjebak dalam konfrontasi dengan umat beragama lainnya, tidak menimbulkan perpecahan apalagi bernada provokasi, fotonya bukan foto erotis serta objek-objek yang terlarang/diharamkan dalam Islam.

Daftar Pustaka

Buku

- Ahmad Hatta, *Tafsir Qur'an per kata* (Jakarta: Maghfiroh Pustaka, 2011).
- Al-Khin, Mustofa Said dkk. *Riyadhus Shalihin*. Jakarta: Al-Ithisom, 2008.
- Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha ilmu, 2011.
- As Sanad, Abdurrahman Abdullah. *Himpunan Materi kultum Ad Din dan Nasihah*. Jakarta: Darul Haq, 2008.
- Diskusi Pribadi dengan Ahmad Rifai, pada Jakarta 9 Februari 2012
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Poerwadarminta, W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1991.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah jilid 2*. Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2008.
- Saefullah, Ujang. *Kapita Selekt Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Saefullah, Ujang. *Kapita Selekt Komunikasi pendekatan budaya dan Agama*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Saragih, Simon. *Ketekunan dan Hati Putih Barack Obama*. Jakarta: Gramedia, 2009.
- Suprpto, Tommy. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Tim Pustaka Phoenix. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Media Pustaka Phoenix, 2007.

Internet

- Rambey, Arbain. "Foto Jurnalistik: Gabungan Gambar dan Kata", diakses 22 Desember 2011 dari <http://Jurnalistikuinsgd.wordpress.com>
- www.kompasimages.com, diakses tanggal 23/12/2011

Wawancara

- Diskusi Pribadi bersama Boy Yulvan, pada 15 Februari, 2012
- Wawancara Pribadi dengan Yogi Ardhi Cahyadi, Jakarta, 16 Februari 2012.