PESAN SOSIAL FOTO JURNALISTIK
PADA SURAT KABAR HARIAN REPUBLIKA
EDISI RAMADHAN 1435 H

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun oleh :
Silvya Dina Saputri
NIM 11210031

Pembimbing:
Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.
NIP 19661226199203 2 002

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2015

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856,Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR
Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 173.A /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

PESAN SOSIAL FOTO JURNALISTIK PADA SURAT KABAR REPUBLIKA EDISI RAMADHAN 1435 H

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama	: SILVIA DINA SAPUTRI
NIM/Jurusan	: 11210031/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada	: Jumat, 30 Januari 2015
Nilai Munaqasyah	: 90,33 (A -)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.
NIP 19661226 199203 2 002.

Penguji II,

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP 19710328 199703 2 001

Penguji III,

Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.
NIP 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 3 Pebruari 2015
Dekan,

KEMENTERIAN AGAMA UIN SUNAN KALIJAGA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI YOGYAKARTA

Dr. H. Waryono, M.Ag.
NIP 19701010 199903 1 002

KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55821, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama	: Silvya Dina Saputri
NIM	: 11210031
Judul Skripsi	: Pesan Sosial Foto Jurnalistik Pada Surat Kabar Harian Republika Edisi Ramadhan1435 H

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.
Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 23 Januari 2015

Ketua Jurusan,	Pembimbing,
Khoirul Ummatin, S. Ag., M.Si	Dra. Hj. Anisah Indriati, M. Si
NIP 19710328 199703 2 001	NIP 19661226 199203 2 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Silvya Dina Saputri

NIM : 11210031

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: "Pesan Sosial Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi Ramadhan 1435 H" adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 23 Januari 2014

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

FCE19ACF176874375

6000 DJP

Silvya Dina Saputri
NIM 11210031

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini spesial saya persembahkan untuk papa, orang yang banyak berjasa dan menginspirasi hidup saya, Alm Herman Ryo.

Dan sepenuhnya saya persembahkan untuk orang-orang yang saya cintai, Riko Handrianto Hendrawan yang telah selalu mendukung saya untuk terus melangkah maju dalam keterbatasan.

Serta untuk orang-orang yang saya banggakan karena telah banyak membantu dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini .

MOTTO

"Kunci kesuksesan adalah berani keluar dari zona kenyamanan"

(Silvya Dina)

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu

berlaku adil dan berbuat kebijkan,

memberi kepada kamu kerabat,

dan Allah melarang dari perbuatan keji,

kemungkaran dan permusuhan.

Dia memberi pengajaran kepadamu

agar kamu dapat mengambil pelajaran".

(An-Nahl 90)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Karena berkat-Nya pulalah selama pengerjaan skripsi ini penulis senantiasa diberi kemudahan dalam setiap prosesnya sehingga dapat terselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang senantiasa menjaga kemurnian ajaran beliau.

Skripsi berjudul "Pesan Sosial Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi Ramadhan 1435 H" ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I) di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. Selain itu penyusunan skripsi ini juga bertujuan untuk mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama menempuh pendidikan di jurusan KPI dalam bentuk tulisan semacam ini.

Selama proses penyusunannya, penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan baik itu materi maupun psikologi. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Drs. H. Akhmad Minhaji, MA., PhD.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Waryono A. Ghafur M.Ag.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus Pembimbing Akademik, Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si., atas segala kesabaran bimbingan akademik yang telah diberikan selama 3 tahun ini.
4. Pembimbing Skripsi, Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si., atas segala masukan dan kritikan serta kesabaran yang tulus dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan karyawan di lingkup kampus UIN Sunan Kalijaga dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada khususnya atas kerjasamanya dalam hal masalah birokrasi terkait pengerjaan skripsi ini.
6. Dosen mata kuliah Fotografi Jurnalistik, Sutirman Eka Ardhana yang telah bersedia meluangkan waktu untuk bertukar pendapat mengenai foto jurnalistik demi kelengkapan skripsi ini.
7. Pihak Redaksi SKH Republika, atas segala bantuannya selama penulis melakukan penelitian di sana.
8. Papa, Alm Herman Ryo, atas segala jasa serta inspirasi sebagai semangat untuk mengerjakan skripsi ini dengan baik.
9. Adik dan keponakanku, Fitria Kirania Novalina dan Abira Galan Walerian yang selalu menghibur kala lelah mengerjakan skripsi ini.
10. Riko Handrianto Hendrawan, yang tidak henti-hentinya selalu memberikan perhatian, kasih sayang, semangat serta dukungan yang luar biasa.
11. Keluarga baruku kelak yang menyemangatiku untuk cepat dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
12. Aldoku yang banyak memberikan dukungan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat dan kawanku, Shofi Afdhila, Fitriana Maunah, Adiyati Nur Afifah, Azizah, Banu Wicaksono, Fathoni, Fian, Farikh, Mayang, Agha dan banyak lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Hal paling menyenangkan bisa menjadi sahabat dan kawan terbaik kalian.
14. Keluarga yang membantuku selama akhir-akhir perjuanganku mendapatkan gelar sarjana, Om dan Tante, Novitha, Mas Han, Om Santo, dan Pakde Warno.
15. Sahabat-sahabatku Nanning University and Kasem Bundit Thai University International Student, Setia, Liu Binbin, Tary, Dorn Muaktab dan lainnya.
16. Teman-teman KPI angkatan 2011 terutama kelas A yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, trimakasih atas bantuan, perhatian serta doanya. Semoga Allah memberikan yang terbaik dunia dan akhirat bagi kita semua.

17. Semua yang mencoba mematahkan semangatku sehingga aku dapat lebih semangat dan sukses menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan mendapat ganjaran pahala di sisi Allah SWT serta senantiasa diridhoi dan diberkahi kehidupannya, dunia dan akhirat. Penulis menyadari bahwa skripsi atau penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun terhadap skripsi ini demi kesempurnaan penelitian tentang hal semacam ini di masa-masa yang akan datang.

Yogyakarta, 17 Januari 2015

Penulis,

Silvya Dina Saputri

ABSTRAK

Silvya Dina Saputri. 11210031. Skripsi: “Pesan Sosial Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi Ramadhan 1435 H”. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Pada awalnya surat kabar hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, namun seiring perkembangan zaman fungsi surat kabar menjadi salah satu media untuk menggerakkan pembacanya dalam hal-hal tertentu terkait dengan informasi yang disajikan. Dalam hal ini untuk lebih memperhatikan kepedulian antar sesama umat sebagai bentuk meningkatkan amal saleh di bulan Ramadhan setelah membaca dan melihat foto jurnalistik yang terkait dengan hal pesan sosial kepada masyarakat. SKH Republika sebagai koran nasional memberikan banyak ruang terhadap pemuatan foto jurnalistik terkait dengan pesan sosial foto jurnalistik tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan secara singkat, padat dan jelas mengenai pesan sosial yang ingin disampaikan SKH Republika melalui foto jurnalistik edisi Ramadhan 1435 H kepada para pembacanya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif interpretatif dengan menggunakan analisis semiotika model Roland Berthes.

Ada lima karakteristik foto jurnalistik yang mampu menyampaikan pesan sosial, yakni foto jurnalistik memiliki obyek foto yang menarik. Foto tersebut mengangkat tema mengenai human interest atau people in the news. Obyek foto yang berupa tingkah laku atau kegiatan manusia di luar kebiasaan masyarakat pada umumnya mampu menarik empati. Selain itu penulisan caption mengandung 5W+1H dan menggunakan tipe shoot atau camera angle dengan menyesuaikan pesan yang ingin disampaikan. Kemudian pesan sosial yang disampaikan dari foto yang dianalisis adalah mengajak untuk lebih mempedulikan antar sesama sebagai salah satu wujud meningkatkan amal saleh di bulan Ramadhan dengan menunjukkan kebersamaan persatuan umat Islam.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI iii

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

MOTTO vi

KATA PENGANTAR vii

ABSTRAK x

DAFTAR ISI xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR TABEL xiv

BAB I: PENDAHULUAN 1

A. Penegasan Judul 1
B. Latar Belakang Masalah 4
C. Rumusan Masalah 6
D. Tujuan Penelitian 7
E. Kegunaan Penelitian 7
F. Kajian Pustaka 8
G. Kerangka Teori 10
H. Metode Penelitian 24
I. Sistematika Pembahasan 28

BAB II: GAMBARAN UMUM SURAT KABAR HARIAN REPUBLIKA 29

A. Profil SKH Republika 29
B. Rubrik Khazanah 33
C. Visi dan Misi SKH Republika 34
D. Struktur Organisasi SKH Republika 36
E. Data Perusahaan 37

BAB III: PESAN SOSIAL YANG TERDAPAT DALAM FOTO JURNALISTIK SURAT KABAR HARIAN REPUBLIKA EDISI RAMADHAN 1435 H 39

A. Foto Jurnalistik Edisi Ramadhan 1435 H yang Mengandung Pesan Sosial 39
B. Analisis Pesan Sosial dalam Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi Ramadhan 1435 H 42
1. Foto jurnalistik hari Rabu, 2 Juli 2014 (4 Ramadhan 1435 H). Dengan judul "Warga Miskin Bertambah"..... 42
2. Foto jurnalistik hari Rabu, 2 Juli 2014 (4 Ramadhan 1435 H). Dengan judul "Buka Bersama di Istiqlal" 49
3. Foto jurnalistik hari Kamis, 3 Juli 2014 (5 Ramadhan 1435 H). Dengan judul "Mengantre Bantuan" 56
4. Foto jurnalistik hari Senin, 7 Juli 2014 (9 Ramadhan 1435 H). Dengan judul "Berbagi Takjil" 63
5. Foto jurnalistik hari Sabtu, 19 Juli 2014 (21 Ramadhan 1435 H). Dengan judul "Penyerahan Paket" 68
6. Foto jurnalistik hari Minggu, 20 Juli 2014 (22 Ramadhan 1435 H). Dengan judul "Berbagi Bersama Sahabat" 74
7. Foto jurnalistik hari Selasa, 22 Juli 2014 (24 Ramadhan 1435 H). Dengan judul "Jelang Pemakaman" 80

BAB IV: PENUTUP 87

A. Kesimpulan 87
B. Saran-saran 92

DAFTAR PUSTAKA 95

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 2 Juli 2014.
Dengan Judul “Warga Miskin Bertambah” 43
Gambar 2 Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 2 Juli 2014.
Dengan Judul “Buka Bersama di Istiqlal”..... 50
Gambar 3 Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 3 Juli 2014.
Dengan Judul “Mengantre Bantuan” 57
Gambar 4 Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 7 Juli 2014.
Dengan Judul “Berbagi Takjil”..... 63
Gambar 5 Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 19 Juli 2014.
Dengan Judul “Penyerahan Paket” 69
Gambar 6 Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 20 Juli 2014.
Dengan Judul “Berbagi Bersama Sahabat” 75
Gambar 7 Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 22 Juli 2014.
Dengan Judul “Jelang Pemakaman” 81

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Konotasi Visual Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 2 Juli 2014 47
Tabel 2 Konotasi Visual Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 2 Juli 2014 55
Tabel 3 Konotasi Visual Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 3 Juli 2014 61
Tabel 4 Konotasi Visual Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 7 Juli 2014 67
Tabel 5 Konotasi Visual Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 19 Juli 2014..... 73
Tabel 6 Konotasi Visual Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 22 Juli 2014..... 79
Tabel 7 Konotasi Visual Foto Jurnalistik SKH Republika Edisi 22 Juli 2014..... 85

BAB I
PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman penafsiran kata, serta untuk menyamakan presepsi dalam memahami isi penelitian ini maka dibutuhkan penegasan beberapa kata yang terdapat dalam judul, sebagai berikut :

1. Pesan Sosial

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata pesan berarti amanat atau nasihat yang disampaikan melalui perantara orang lain.[1] Namun dalam judul ini kata pesan diartikan sebagai amanat atau nasihat yang disampaikan surat kabar harian Republika melalui perantara karya foto jurnalistik. Sedangkan kata sosial sangat dekat dengan masyarakat yang memperhatikan kepentingan umum dan memiliki unsur kebersamaan. Sosial dalam hal ini akan lebih ditonjolkan pada kegiatan atau kepentingan masyarakat umum.

Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud pesan sosial dalam penelitian ini memiliki arti nasihat atau amanat yang disampaikan berkaitan dengan kepentingan umum yang menggambarkan hubungan masyarakat yang memiliki unsur kebersamaan.

---

[1] http://kbbi.web.id/index.php?w=pesan, diakses 8 September 2014, jam 19.20 WIB.

2. Foto Jurnalistik

Menurut Wilson Hicks, foto jurnalistik adalah kombinasi antara foto dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya".[2] Foto jurnalistik dapat diartikan sebagai media komunikasi non verbal melalui foto.

Foto jurnalistik yang diangkat dapat diartikan sebagai foto berita yang menggambarkan suatu peristiwa di mana foto tersebut mampu menyampaikan pesan dan dalam foto jurnalistik tersebut tidak terdapat editan atau manipulasi foto atau dalam pengertian lain foto tersebut asli seperti gambaran peristiwa sebenarnya.

3. Surat Kabar Harian (SKH) Republika Edisi Ramadhan 1435 H

Surat kabar adalah lembaran kertas yang memuat warta berita berisi tentang berita baik tulisan maupun gambar dan diterbitkan setiap hari. Menurut Onong Uchjana Effendy, "Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca".[3]SKH Republika sendiri adalah surat kabar harian yang berbasis pada ke Islaman.

---

[2] Audy Mirza Alwi, Foto Jurnalistik Metode Memotret Dan Mengirim Foto Ke Media Massa, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 4.

[3] Onong Uchjana Effendy, Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), hlm. 241.

Dalam SKH Republika edisi Ramadhan 1435 H tentu mengangangkat berita seputar masyarakat muslim, sehingga edisi Ramadhan diangkat dan menjadi fokus pencarian data atau foto yang mengandung pesan sosial di dalamnya.

Ramadhan sendiri adalah salah satu bulan di mana ibadah umat muslim yang dilakukan selama satu bulan penuh menjelang hari besar Islam atau Idul Fitri. Yang dimaksud edisi adalah waktu tertentu yang biasanya terdapat momen lebih kemudian dikatakan dengan edisi. Edisi Ramadhan maksudnya momen pada 1 bulan penuh Ramadhan. Dalam bulan Ramadhan pun SKH Republika menghadirkan khusus khazanah Ramadhan. Edisi tahun 1435 H dipilih karena pada tahun tersebut penelitian ini dilakukan. Selain itu hanya memilih pada edisi 1435 H dikarenakan agar penelitian ini tetap fokus dan tidak melebar terlalu jauh.

Berdasarkan pada pemahaman kata-kata dari judul penelitian yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini fokus akan membahas mengenai bagaimana media cetak surat SKH Republika menyampaikan pesan sosial melalui karya foto jurnalistik edisi Ramadhan 1435 H yang berkaitan dengan kepentingan dan kebersamaan masyarakat umum.

B. Latar Belakang

Fotografi merupakan salah satu alat komunikasi. Sebuah foto mampu mencetak pandangan dunia ke dalam benak manusia, bahkan hasil bidikan foto lebih ampuh daripada gambar atau lukisan. Foto mampu memvisualisasikan suatu peristiwa atau kejadian dalam bentuk gambar. Foto lebih mudah untuk diingat serta lebih mengesankan dibandingkan kata-kata. Sebagai salah satu media komunikasi, fotografi menyampaikan makna-makna dan pesan yang terekam dalam wujud bingkai foto. Kehadiran foto dalam media massa cetak memiliki 'suara' tersendiri dalam mengkonstruksikan sebuah peristiwa. Bahasa foto merupakan bahasa visual yang lebih mudah dipahami oleh semua orang yang bisa melihat dibandingkan dengan bahasa verbal. Pers di Indonesia terutama media cetak yang dulunya sarat dengan tulisan kini berubah menjadi dominasi gambar (foto). Hal ini terjadi karena positioning, kompetisi dan tuntutan pasar mengharuskan media cetak tampil lewat komunikasi yang lebih memikat untuk menarik pembacanya.

Setiap foto sendiri pasti memiliki makna atau pesan yang ingin disampaikan. Misalnya pesan moral, pesan religi, pesan humanis, pesan sosial dan sebagainya. Banyak hasil karya foto jurnalistik yang mengandung pesan sosial di dalamnya, tergantung bagaimana setiap individu memaknai sendiri nasihat dari arti foto tersebut. Pesan sosial yang ada dalam sebuah foto diharapkan dapat mengundang respon para pembacanya, karena itu perlu banyak diketahui lebih dalam bagaimana cara pesan sosial yang dimaksudkan dapat maksimal tersampaikan oleh pembacanya. Sebelum pengambilan gambar pasti seorang fotografer menemukan unsur menarik

dari obyek yang dilihatnya dan mempertimbangkan pesan yang ingin disampaikan. Kemudian mencari tipe shoot atau camera angle yang sesuai agar pesannya tersampaikan dengan baik.

Dalam edisi Ramadhan 1435 H sendiri banyak bidik foto yang mengangkat pesan sosial di dalamnya yang berhubungan dengan masyarakat dan kepentingan umum berkaitan dengan kebersamaan antar umat muslim yang sedang menjalankan ibadah puasa di bulan Ramadhan. Agar pembaca dapat memaknai pesan sosial yang ingin disampaikan maka harus dilakukan penelitian lebih dalam mengenai hal tersebut. Selain untuk mengetahui maksud pesan sosial dari karya foto tersebut juga untuk belajar mengenai teknik pengambilan foto yang mengandung pesan sosial yang baik dan benar agar mendapatkan respon dari pembacanya. Ramadhan sendiri suatu momen yang terulang setiap tahunnya, karena itu setiap tahunnya SKH Republika menghadirkan edisi khusus khazanah Ramadhan serta lebih mengangkat pesan sosial dalam rubriknya, tidak terkecuali pada foto jurnalistiknya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan agar bermanfaat dalam jangka waktu yang panjang karena subyek penelitiannya adalah edisi Ramadhan di mana setiap tahunnya pasti terjadi dan yang menjadi fokus penelitian ini yaitu foto jurnalistik yang mengandung pesan sosial juga dapat ditemui setiap harinya dalam surat kabar.

Selain itu, alasan penelitian ini mengangkat pada foto jurnalistik yang terdapat pada SKH Republika karena sesuai dengan topik dari penelitian adalah pesan sosial dan edisi Ramadhan 1435 H sehingga memilih SKH Republika yang berbasis Islami. Dari pemilihan surat kabar ini diharapkan

penelitian menjadi semakin tepat dan maksimal karena SKH Republika lebih mengangkat ke Islaman yang sangat dekat dengan pesan sosial yang akan diteliti pada edisi Ramadhan 1435 H. SKH Republika sendiri menghadirkan khazanah Ramadhan yang dapat menjadi fokus pencarian data penelitian. Namun tidak terkecuali pencarian data juga dilakukan dalam rubrik-rubrik lain selama edisi Ramadhan 1435 H.

Analisis Semiotik dipilih untuk menyelesaikan penelitian ini. Berkenaan dengan hal tersebut, analisis semiotik merupakan upaya untuk mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda di mana semua perilaku manusia yang membawa makna atau fungsi sebagai tanda. Saussure mengatakan bahwa "Pesepsi dan pandangan manusia tentang realitas dikontruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial". Dengan kata lain tanda membentuk presepsi manusia.

Analisis Semiotik Roland Barthes sendiri paling tepat dari cabang analisis semiotik yang mengembangkan semiotik menjadi dua tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Analisis semiotik Roland Barthes juga analisis yang lebih mudah dan sederhana dipahami untuk memaknai suatu pesan sosial yang ada dalam foto jurnalistik yang menjadi objek penelitian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka secara terinci akar permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah: Bagaimana media cetak SKH Republika menyampaikan pesan sosial foto jurnalistik pada edisi Ramadhan 1435 H?

D. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas maka tujuan penelitian ini yaitu dapat menjelaskan mengenai pesan sosial yang ingin disampaikan SKH Republika melalui foto jurnalistik edisi Ramadhan 1435 H.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

   Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan sebagai sumbangan pemikiran mengenai riset semiotika. Khususnya dalam bidang foto jurnalistik media cetak yang mengandung pesan sosial di dalamnya, serta dapat menjadi pedoman dalam memaknai foto jurnalistik yang mengandung pesan sosial khususnya di edisi Ramadhan setiap tahunnya.

2. Kegunaan Secara Praktis

   Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi para praktisi dan fotografer sebagai pedoman untuk para jurnalis media cetak yang tentunya berhubungan dengan dunia foto jurnalistik. Khususnya yang mengandung pesan sosial sehingga sebelum pengambilan gambar dapat menentukan pesan sosial yang akan disampaikan dengan maksimal serta foto yang akan dihasilkan dapat mewakili informasi atau nasihat sosial masyarakat berkaitan dengan kepentingan umum umat muslim sesuai tujuannya.

F. Kajian Pustaka

Dalam sebuah penelitian kajian pustaka sangatlah penting, dikarenakan berguna sebagai refrensi terhadap hasil penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan tema yang akan diteliti.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Beni Sjamsuddin Toni, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2012). Dengan judul penelitian "Pesan Prososial Foto Jurnalistik Pengungsi Merapi Dalam Koran Kedaulatan Rakyat".[4] Dalam penelitiannya tersebut dapat disimpulkan bahwa foto jurnalistik pengungsi merapi di Yogyakarta mengandung banyak pesan prososial di mana dengan foto jurnalistik pengungsi merapi dapat menggugah jiwa sosial tolong-menolong antar sesama.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nuryati, mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2007). Dengan judul penelitian "Pesan-pesan Sosial Foto Jurnalistik Pasca Gempa Bumi Yogyakarta di SKH Bernas Jogja Edisi 28 Mei-11 Juni 2006".[5] Pada penelitian ini dapat diambil garis besarnya jusnalistik mengenai bencana alam gempa bumi di Yogyakarta dapat membuka hati para pembacanya dan mengundang rasa empati pada sesama.

---

[4] Beni Sjamsuddin Toni, Pesan Prososial Foto Jurnalistik Pengungsi Merapi Dalam Koran Kedaulatan Rakyat, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga 2012).

[5] Nuryati, Pesan-pesan Sosial Foto Jurnalistik Pasca Gempa Bumi Yogyakarta di SKH Bernas Jogja Edisi 28 Mei-11 Juni 2006, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga 2007).

Dua penelitian tersebut memiliki tema yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan mengenai pesan-pesan sosial dalam foto, jika pada penelitian Beni Sjamsuddin Toni lebih fokus untuk menjelaskan kategori foto jurnalistik untuk memenuhi pesan sosial, maka dalam penelitian ini akan lebih dijelaskan mengenai bagaimana pengambilan gambar foto jurnalistik yang mempertimbangkan maksimalnya pesan yang dapat disampaikan untuk memenuhi pesan sosial agar pembaca media cetak merasakan solideritas antar umat muslim dalam momen Ramadhan yang tergambarkan terbatas pada sebuah foto.

Ketiga, penelitian dilakukan oleh Agung Khabiburohman mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2012). Dengan judul penelitian "Pesan Religi Foto Jurnalistik Grebeg Besar Pada Koran Harian Jogja dan Merapi".[6]

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis yang sama yaitu menggunakan model analisis semiotik Roland Barthes. Namun subyek dan obyeknya berbeda. Kesimpulan pada penelitian Agung Khabiburohman adalah menjelaskan tentang pesan religi yang ingin disampaikan oleh foto jurnalistik Grebeg Besar kepada para pembaca yang dimuat di koran Harian Jogja dan Merapi. Di mana penelitian tersebut fokus pada foto Grebeg Besar yang sesungguhnya tidak lepas dari ajaran Islam.

---

[6] Agung Khabiburahman, Pesan Religi Foto Jurnalistik Grebeg Besar Pada Koran Harian Jogja dan Merapi, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga 2012).

Dari kajian pustaka yang sudah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang ada sebelumnya terletak pada subyek dan obyek penelitian dan juga rumusan masalahnya. Penelitian ini lebih ditekankan pada bagaimana teknik pengambilan gambar foto jurnalistik yang mempertimbangkan pesan yang akan disampaikan untuk memenuhi pesan sosial yang maksimal agar pembaca media cetak merasakan solideritas antar umat muslim dalam momen Ramadhan yang tergambarkan terbatas pada sebuah foto. Sebelum penggambilan gambar bagaimana seorang wartawan foto SKH Republika mempertimbangkan bobot foto yang diharapkan dapat membuka mata pembaca akan kebersamaan umat muslim.

G. Kerangka Teori

1. Tinjauan Pesan Sosial

Pesan sosial adalah nasihat atau amanat terhadap orang lain dalam proses komunikasi berkaitan dengan hubungan masyarakat. Pesan yang disampaikan dalam sebuah proses komunikasi baik komunikasi langsung maupun tidak langsung yang berpengaruh terhadap komunikan maupun komunikatornya. Apalagi sebuah prilaku sosial meskipun dalam bentuk gambar akan lebih mudah diterima orang lain dibandingkan dengan komunikasi dengan dialog. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat terlepas dari prilaku sosial, karena manusialah yang berperan utama dalam kegiatan sosial. Dalam

kehidupan sehari-hari setiap manusia berinteraksi, membangun relasi dan transaksi sosial dengan orang lain yang disebut prilaku sosial.

Prilaku sosial terjadi ketika individu melekatkan makna subjektif pada tindakan mereka. Terdapat beberapa prilaku yang berkenaan dengan prilaku sosial, seperti tindakan menolong orang lain yang memberikan konsekuensi positif bagi si penerima, baik dalam bentuk materi, fisik, maupun psikologis tetapi tidak memiliki keuntungan yang jelas bagi pemiliknya. Atau dalam arti yang sederhana pesan sosial yang tersampaikan akan menimbulkan prilaku sosial yaitu pertolongan atau bantuan.

Dari buku Psikologi Sosial edisi ke duabelas karya Shelly E. Taylor dkk, Basto berpendapat bahwa prilaku sosial mencakup tindakan sosial menolong atau prososial yang dirancang untuk menolong, terlepas dari motif si penolong.

Max Weber Weber melihat realitas sosial sebagai perilaku sosial yang memiliki makna subyektif, karena itu perilaku memiliki tujuan dan motivasi. Perilaku sosial itu menjadi 'sosial' jika yang dimaksud subyektif dari perilaku sosial membuat individu mengarahkan dan memperhitungkan kelakuan orang lain dan mengarahkan kepada subyektif itu. Prilaku itu memiliki kepastian kalau menunjukkan keseragaman dengan perilaku pada umumnya dalam masyarakat.[7]

---

[7] Karel. J. Veeger, Realitas Sosial, Refleksi Filsafat Sosial Atas Hubungan Individu Masyarakat Dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi, (Jakarta: Gramedia, 1993), hlm. 12.

Jadi menjelaskan tentang sosial berarti harus menyadari cara manusia mengorientasikan tindakannya. Hal ini dinamakan sebagai prilaku sosial.

Perilaku sosial yang tertangkap foto jurnalistik dalam penelitian ini adalah sebagai media untuk menyampaikan pesan sosial kepada pembaca, perilaku sosial dalam foto jurnalistik tersebut kemudian dikategorikan oleh penulis menjadi lima yaitu:

1) Berbagi, yaitu kesediaan memberikan kesempatan dan perhatian kepada orang lain untuk mencurahkan keinginan dan isi hatinya kepada orang lain yang sedang mengalami kesulitan, baik berupa moril maupun materil.
2) Menolong, meliputi membangtu orang lain atau menawarkan sesuatu yang dapat meringankan beban orang lain.
3) Kerjasama, adalah kesediaan melakukan kegiatan bersama orang lain termasuk dalam berdiskusi dan mempertimbangkan pendapat orang lain, guna mencapai tujuan bersama.
4) Bersahabat, yaitu menjalin hubungan yang akrab dan hangat dengan orang lain.
5) Pengorbanan, yaitu kesediaan merelakan segala yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang dianggap penting.

Penelitian ini hubungannya dengan pesan sosial dan tindakan sosial ada berbagai hal yang merujuk sesuai dengan fotonya, beberapa foto yang diteliti kemungkinan satu dengan yang lainnya berbeda.

Manusia secara hakiki merupakan makhluk sosial. Sejak ia dilahirkan ia membutuhkan pergaulan dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan biologisnya. Seseorang disebut sosial apabila dalam kelakuannya ia memperhatikan sesamanya dan berbuat baik untuk orang lain. Sementara itu perkembangan dari suatu tindakan sosial dapat diterangkan melalui tujuan-tujuan dari manusia yang melakukan tindakan sosial dimana ketika ia mengambil manfaat dan tindakan dalam perjalanan waktu.

2. Tinjauan Foto Jurnalistik

   a. Pengertian Foto Jurnalistik

      Menurut Wilson Hicks, foto jurnalistik adalah kombinasi antara foto dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya.

      Menurut Frank P.Hoy, pada bukunya yang berjudul Photo Journalism The Visual Approach, ada delapan karakter foto jurnalistik adalah sebagai berikut:

      1) Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto. Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekpresi pribadi.

      2) Medium foto jurnalistik adalah media cetak koran atau majalah, dan media internet seperti kantor berita.

3) Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
4) Foto jurnalistik adalah paduan dari foto dan teks foto.
5) Foto jurnalistik mengacu pada manusia. Manusia adalah subjek, sekaligus pembaca foto jurnalistik.
6) Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak. Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.
7) Foto jurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto.
8) Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers.[8]

b. Jenis-Jenis Foto Jurnalistik

World Press Photo Fundation membagi jenis-jenis foto jurnalistik menjadi sembilan, yaitu:

1) Spot News. Foto insidential, yang terjadi tanpa perencanaan sebelumnya. Contoh: foto bencana, kerusuhuan, teror bom, pembunuhan, tabrakan kereta api, perkelaian dll.
2) General News. Foto yang telah terjadwal sebelumnya. Contoh: Sidang Umum MPR, Piala dunia, PON, Presiden

[8] Audy Mirza Alwi, Foto Jurnalistik Metode Memotret Dan Mengirim Foto Ke Media Massa, (Jakarta: Bumi Aksara.2004), hlm. 4.

meresmikan bendungan, pembukaan pameran perumahan dll.

3) People In The News. Adalah sebuah sajian foto tentang manusia (orang) yang menjadi sorotan di sebuah berita. Kecenderungan yang disajikan lebih ke profil atau sosok seseorang. Bisa karena kelucuannya, ketokohannya, atau justru salah satu dari korban aksi teror, kurban bom dll.
4) Daily Life. Tentang segala aktifitas manusia yang mampu menggugah perasaan dalam kesehariannya lebih ke human interest. Contohnya: seorang tua yang sedang menggendong beban yang berat, pedagang makanan dll.
5) Sosial and Environment. Foto yang menggambarkan tentang sosial kehidupan masyarakat dengan lingkungan hidupnya.
6) Art and Culture. Foto yang dibuat menyangkut seni dan budaya secara luas, seperti pertunjukkan balet, pertunjukan yang terkait dengan masalah budaya dan musik dll.
7) Science and Technology. Foto yang menyangkut perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan di muka bumi. Misalnya penemuan situs purbakala, pemotretan organ tubuh, proses operasi seorang pasien dll.

8) Portraiture. Foto yang menggambarkan sosok wajah seseorang baik secara clouse up maupun semacam medium shot. Foto ditampilkan karena ke khasan pada wajah yang dimilikinya.

9) Sport. Foto-foto yang dibuat dari peristiwa olahraga dari seluruh cabang olehraga apa saja. Baik olahraga tradisional maupun olahraga yang telah banyak dikenal oleh awam.[9]

Dari berbagai jenis-jenis foto jurnalistik yang telah disebutkan di atas World Press Photo Foundation selalu membagi dengan jenis foto single (foto tunggal) dan foto stories (foto bercerita).

c. Syarat Foto Jurnalistik

Setelah mengandung berita dan mencerminkan etika atau norma hukum, baik dari segi pembuatanya maupun penyiaranya. Di Indonesia, etika yang mengatur foto mengenai fotografi jurnalistik sudah baik, syarat lain lebih kepada foto jurnalistik harus ada pada kode etik yang disebut kode etik jurnalistik. Pasal-pasal yang mengatur hal itu tentu ada, khususnya pada pasal 2 dan 3.

[9] Yuli Ristiono, Analisis Pesan Foto, Skripsi Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.2010) hlm.23-25.

Pasal 2 berisi pertanggungjawaban, antara lain: wartawan Indonesia tidak boleh menyiarkan hal-hal yang sifatnya destruktif dan dapat merugikan bangsa dan negara, hal-hal yang dapat menimbulkan kekacauan, hal-hal yang dapat menyinggung perasaan susila, agama, kepercayaan atau keyakinan seseorang atau suatu golongan yang dilindungi undang-undang. Pasal 3 berisi cara pemberitaan dan menyatakan pendapat, antara lain disebutkan bahwa wartawan Indonesia menempuh jalan dan cara yang jujur untuk memperoleh bahan-bahan berita.[10] Wartawan Indonesia meneliti kebenaran suatu berita atau keterangan sebelum menyiarkannya dengan memperhatikan kredibilitas sumber berita. Di dalam menyusun suatu berita, wartawan Indonesia membedakan antara kejadian (fakta) dan pendapat (opini).[11]
Adapun syarat lain, foto jurnalistik harus memiliki unsur 5W+1H (What, Where, When, Why, Who, dan How) jadi bukan hanya beritanya saja yang harus mengandung unsur 5W+1H dalam penyajian foto jurnalistik pun harus demikian.cDengan ini dapat memberi pemahaman kepada pembaca mengenai pesan yang ingin disampaikan melalui suatu foto jurnalistik.

Kemudian sebaiknya foto jurnalistik sebagai media informasi dapat menimbulkan respon dari pembacanya setelah

---

[10] Audy Mirza Alwi, Foto Jurnalistik Metode Memotret Dan Mengirim Foto Ke Media Massa, (Jakarta: Bumi Aksara.2004), hlm. 9.

[11] Ibid, hlm. 9-10.

memahami pesan dari foto tersebut. Ada 3 kategori foto berita yang berdasarkan respons emosional dari pengamat adalah :

1) Foto berita yang memberikan tanggapan sedih, belas kasihan, iba, terharu, terpukau duka, nestapa, murung, dan lain-lain ucapan emosi yang depressif.
2) Foto berita yang memancarkan kegirangan, kebahagiaan, pujian, rangsangan, pengaguman, adorasi, dan lain-lain ucapan emosi yang merangsang temperamen (tegangan emosi).
3) Foto berita yang menimbulkan rasa senang (mirth) tanpa melibatkan diri sendiri dalam peristiwanya, senyum, ketawa, tergelitik, geli, terhadap hal-hal yang dianggap jenaka, lucu, gila, konyol, aneh dalam hal situasinya, dan hal-hal lain yang menggelikan pengamat.[12]

d. Tipe Pengambilan Gambar

Beberapa tipe-tipe pengambilan gambar agar hasil yang dicapai dan pesan yang akan disampaikan nantinya optimal sesuai dengan keinginan. Ada beberapa istilah yang akan dibahas, sebagai berikut :

[12] Soelarko, Pengantar Foto Jurnalistik, (Bandung: PT. Karya Nusantara.1985), hlm. 219.

1) EWS (Extreme Wide Shot). Teknik ini adalah teknik mengambil gambar sangat jauh dari subyek yang mungkin tidak akan kelihatan dengan jelas.
2) VWS (Very Wide Shot). Teknik ini sudah mengambil lebih dekat dengan lingkungan disekitar subyek.
3) MS (Mid Shot). Teknik pengambilan ini bertujuan untuk menunjukan subyek lebih detail dan bisa menunjukan emosi yang ditampilkan oleh subyek.
4) MCU (Medium Close Up). Teknik yang mengambil gambar dari dada sampai atas kepala untuk menunjukan ekspresi wajah lebih jelas.
5) CU (Close Up). Teknik mengambil gambar hanya pada bagian wajah dan lebih menonjolkan pada ekspresi wajah dari subyek.
6) ECU (Extreme Close Up). Pengambilan gambar dengan teknik ini akan menunjukkan secara detail ekspresi dari subyek.
7) WS (Weather Shot). Teknik yang mengambil suasana dari cuaca hari ini, biasanya akan mengambil paling sedikit 2/3 dari frame untuk ditampilkan.

e. Karakteristik Foto Jurnalistik yang Mengandung Pesan Sosial di dalamnya.

Setiap foto pasti memiliki karakteristik foto yang berkaitan dengan proses pengambilan gambar foto. Berbeda-

beda pesan yang ingin disampaikan melalui foto, maka masing-masing foto tersebut akan memiliki karakteristik yang berbeda pula. Menurut Sutirman Eka Ardhana dosen mata kuliah Fotografi Jurnalistik jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam kuliahnya menjelaskan bahwa terdapat lima karakteristik foto jurnalistik yang mengandung pesan sosial di dalamnya, yaitu:

1) Foto jurnalistik tersebut memiliki obyek foto yang menarik berkaitan dengan kehidupan sosial.
2) Foto jurnalistik tersebut mengangkat tema mengenai Human Interest khususnya jenis Daily Life Photo yang menampilkan gambaran aktifitas manusia sehari-hari. Dengan menggunakan tema tersebut pesan sosial yang akan disampaikan akan lebih maksimal karena tema tersebut sangat cocok untuk menyampaikan pesan sosial.
3) Obyek foto berupa tingkah laku atau kegiatan manusia diluar kebiasaan masyarakat pada umumnya mampu menarik empati.
4) Penulisan caption yang mengandung 5W+1H. Hal ini menjadi sangat penting karena tidak semua foto dapat menyampaikan pesannya melalui hasil gambar atau foto saja, sehingga dapat dibantu dengan caption.

5) Foto jurnalistik tersebut menggunakan tipe shoot atau camera angle dengan menyesuaikan pesan yang ingin disampaikan.[13]

3. Peran dan Fungsi Media Massa

Perkembangan media massa tidak terlepas dari ilmu komunikasi yang pada intinya bertujuan untuk menyampaikan pesan karena pada dasarnya media massa berfungsi menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Sejarah perjalanan media massa di Indonesia memperlihatkan adanya pasang surut peran media massa. Hal ini terjadi karena media massa sebagai bagian dari sub-sistem komunikasi Indonesia dalam sistem sosial Indonesia akan dipengaruhi oleh sub-sistem sosial lainnya, termasuk ideologi, politik dan pemerintahan negara di mana media massa itu berada.

a. Pengertian Media Massa

Media massa merupakan media informasi yang terkait dengan masyarakat, digunakan untuk berhubungan dengan khalayak (masyarakat) secara umum, dikelola secara profesional dan bertujuan mencari keuntungan, media massa

[13] Sutirman Eka Ardhana, Kuliah Fotografi: Foto Jurnalistik yang Mengandung Pesan Sosial di dalamnya, bahan kuliah tidak diterbitkan, (Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga 2013), hlm. _.

merupakan institusi yang berperan sebagai agent of change, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan.[14] Secara umum, media massa diartikan sebagai alat-alat komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audiens dalam jumlah yang luas dan heterogen.

b. Jenis Media Massa

Adapun bentuk media massa antara lain media elektronik (radio, televisi), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, buku), dan internet.[15] Media massa dalam konteks jurnalistik pada dasarnya terbatas pada tiga jenis media,[16] yaitu:

1. Media cetak, yang terdiri dari surat kabar, tabloid, majalah, buletin, jurnal dan sebagainya.
2. Media elektronik, yang terdiri dari radio dan televisi.
3. Media online, yaitu media internet seperti website, blog dan lain sebagainya.

c. Peran Media Massa

Dalam menjalankan paradigmanya sebagai institusi pelopor perubahan, media massa memiliki peran antara lain:

1. Sebagai institusi pencerahan masyarakat,

---

[14] Bungin, Burhan, Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat), (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.2008), hlm. 85.

[15] Ibid, hlm. 85.

[16] Yunus, Jurnalistik Terapan, (Bogor: Ghalia Indonesia.2010), hlm. 27.

2. Menjadi media informasi,
3. Sebagai media hiburan.[17]

Menurut Denis Mc Quail, media massa memiliki fungsi penting, antara lain:

1. Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait.
2. Media massa merupakan sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen dan inovasi dalam masyarakat yang dapat digunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.
3. Media merupakan lokasi (forum) yang semakin berperan untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional.
4. Media berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya dan norma-norma.
5. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif.[18]

---

[17] Bungin, Burhan, Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat), (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.2008), hlm. 85.

[18] Dennis McQuail, Teori komunikasi massa: Suatu pengantar, (Jakarta: Erlangga.1987), hlm 1.

H. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif interpretatif yaitu suatu upaya mencari penjelasan tentang peristiwa sosial dengan obyek yang tidak dapat diukur dengan angka atau ukuran karena sifatnya deskriptif yang memaknai perilaku sosial secara detail dan terperinci, dalam penelitian ini analisis interpretatif semiotika terhadap foto jurnalistik yang dimuat oleh surat kabar Republika edisi Ramadhan 1435 H.

1. Obyek Penelitian

   Obyek penelitian adalah sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Obyek dalam penelitian ini yaitu foto-foto jurnalistik yang mengandung pesan sosial.

2. Subyek Penelitian

   Subyek penelitian dapat diartikan sebagai penentu sumber data penelitian atau asal dari data tersebut diperoleh. Subyek penelitian sendiri ditentukan oleh peneliti untuk diteliti. SKH Republika menjadi subyek pada penelitian ini.

3. Sumber Data

   Sumber data dalam penelitian ini berupa foto jurnalistik yang memenuhi kreteria untuk memaksimalkan penelitian. Foto jurnalistik SKH Republika edisi Ramadhan 1435 H di mana dalam foto-foto tersebut terdapat pesan sosial di dalamnya. Foto tersebut antara lain :

1) “Warga Miskin Bertambah” hari Rabu, 2 Juli 2014 (4 Ramadhan 1435 H).
2) “Buka Bersama di Istiqlal” hari Rabu, 2 Juli 2014 (4 Ramadhan 1435 H).
3) “Mengantre Bantuan” hari Kamis, 3 Juli 2014 (5 Ramadhan 1435 H).
4) “Berbagi Takjil” hari Senin, 7 Juli 2014 (9 Ramadhan 1435 H).
5) “Penyerahan Paket” hari Sabtu, 19 Juli 2014 (21 Ramadhan 1435 H).
6) “Berbagi Bersama Sahabat” hari Minggu, 20 Juli 2014 (22 Ramadhan 1435 H).
7) “Jelang Pemakaman” hari Selasa, 22 Juli 2014 (24 Ramadhan 1435 H).

Ke tujuh foto tersebut dipilih berdasarkan pada kreteria foto yang mengandung pesan sosial dan mudah dipahami yang dimuat pada edisi Ramadhan 1435 H. Selain itu foto tersebut diharapkan mampu untuk menimbulkan tindakan sosial setelah merasakan pesan sosial yang ingin disampaikan oleh SKH Republika.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Jika data dicari dalam dokumen atau sumber pustaka, maka kegiatan pengumpulan data seperti ini disebut studi

komunikasi atau sumber pustaka.[19] Hasil dari kegiatan pengumpulan data ini berupa foto-foto yang mengandung pesan sosial pada SKH Republika edisi Ramadhan 1435 H.

5. Analisis Data

Semiotik digunakan untuk menganalisa pesan sosial foto jurnalistik dalam penelitian ini. Metode analisis semiotika yaitu suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisa data adalah dengan menentukan korpus yang berupa foto. Kemudian dianalisis menggunakan analisis semiotik Roland Barthes. Semiotik Roland Barthes mengembangkan semiotik menjadi dua tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna.[20] Sedangkan konotasi tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya[21], yakni penanda (signifer) dan petanda (signified). Penanda (signifer) adalah aspek material dari bahasa sedangkan petanda (signified) adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep.[22]

---

[19] I Made Wirartha, Pedoman Penulisan Usulan Penelitian skripsi dan Tesis, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006), hlm, 36.

[20] Alex Sobur, Semiotika Komunikasi. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 70.

[21] Ibid., hlm. 69.

[22] Ibid., hlm. 46.

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis foto-foto jurnalistik tersebut dengan melibatkan instrumen berikut ini:[23]

a. Pesan Linguistik

Pesan linguistik adalah pesan yang terdapat dalam teks foto jurnalistik, baik denotatif (denotasi) maupun konotatif (konotasi).

b. Pesan Ikonik yang Terkodekan

Pesan ikonik yang terkodekan merupakan konotasi yang diturunkan dari penataan elemen-elemen visual dalam foto jurnalistik. Dalam melakukan analisisnya digunakan model tabel penanda dan petanda untuk menjelaskan makna konotasi dari setiap ikon-ikon yang muncul dan menjadi elemen-elemen visual (obyek) dalam suatu foto jurnalistik.

c. Pesan Ikonik yang Tak Terkodekan

Ikonik Tak Terkodekan adalah istilah yang digunakan untuk menunjuk denotasi harfiah, pemahaman langsung dari foto dan pesan dalam caption, tanpa mempertimbangkan kode sosial yang lebih luas (lounge).

[23] Alex Sobur, Semiotika Komunikasi. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 119.

I. Sistematika Pembahasan

Demi memberikan kemudahan dalam membaca penelitian ini, maka peneliti akan menguraikan sistematika pembahasan yang dibagi menjadi empat bab. Adapun sistematika pembahasan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang berisi penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang gambaran umum SKH Republika yang meliputi, profil SKH Republika, visi dan misi SKH Republika, struktur organisasi SKH Republika, data perusahaan, serta rubrik khazanah.

Bab III adalah pembahasan yang menjadi inti dari skripsi ini, berisi mengenai hasil penelitian mengenai pesan sosial yang terdapat dalam foto jurnalistik SKH Republika edisi Ramadhan 1435 H.

Bab IV yang menjadi akhir dari skripsi ini memuat kesimpulan dan saran-saran. Di mana kesimpulan merupakan jawaban dari hasil penelitian yang ditulis dengan ringkas dan mudah dipahami pembaca.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan sejumlah hal terkait dengan foto jurnalistik di SKH Republika edisi Ramadahan 1435 H yang mampu menyampaikan pesan sosial bagi penikmatnya, yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis terhadap tujuh foto jurnalistik yang dimuat di SKH Republika edisi Ramadhan 1435 H, maka dapat disimpulkan bahwa pesan sosial yang ingin disampaikan kepada penikmatnya melalui foto tersebut adalah:
    a. Foto jurnalistik “Warga Miskin Bertambah” hari Rabu 2 Juli 2014 (4 Ramadhan 1435 H) mengandung pesan sosial untuk mengajak atau mengingatkan publik (khalayak pembaca) untuk menaruh atau memiliki kepedulian terhadap kehidupan warga miskin (tunawisma) yang jumlahnya semakin bertambah banyak. Foto Human Interest ini memiliki pesan sosial yang dalam, bahwa di jalanan atau di manapun, masih banyak orang yang makan seadanya demi mempertahankan hidup.
    b. Foto jurnalistik “Buka Bersama di Istiqlal” hari Rabu, 2 Juli 2014 (4 Ramadhan 1435 H) mengandung pesan sosial betapa besarnya arti kebersamaan dan persatuan dalam Islam. Selain itu foto ini ingin menyampaikan bahwa banyak masyarakat yang juga

membutuhkan perhatian dan bantuan dari pemerintah dalam hal pangan dan sandang. Begitu banyaknya masrayakat kurang mampu yang memilih buka bersama di masjid menandakan bahwa mereka membutuhkan bantuan untuk meringankan beban hidup mereka.

c. Foto jurnalistik "Mengantre Bantuan" hari Kamis, 3 Juli 2014 (5 Ramadhan 1435 H) mengandung pesan sosial untuk mengajak meningkatkan amal saleh di bulan Ramadhan dengan berbagi kepada sesama, terutama kaum dhuafa dan umat Islam di dunia selalu menjadikan Ramadhan sebagai bulan untuk meningkatkan kepedulian kepada sesama seperti juga yang terjadi di Afghanistan. SKH Republika menganjak agar khalayak lebih mempedulikan dan membantu antar sesama.

d. Foto jurnalistik "Berbagi Takjil" hari Senin, 7 Juli 2014 (9 Ramadhan 1435 H) mengandung pesan sosial untuk mengajak khalayak pembaca lebih peduli dan membantu sesama sebagai bentuk meningkatkan amal shaleh khususnya pada saat bulan Ramadhan tiba. Karena di luar sana banyak warga yang kurang mampu sangat membutuhkan uluran tangan dari kita semua.

e. Foto jurnalistik "Penyerahan Paket" hari Sabtu, 19 Juli 2014 (21 Ramadhan 1435 H) mengandung pesan sosial untuk mengajak serta menyampaikan manfaatnya berbagi kepada saudara kita yang membutuhkan. Jadi alangkah baiknya jika kita dapat berbagi

dan mempedulikan lingkungan dan dapat dimulai dengan mempedulikan lingkungan terdekat.

f. Foto jurnalistik “Berbagi Bersama Sahabat” hari Minggu, 20 Juli 2014 (22 Ramadhan 1435 H) mengandung pesan sosial ajakan untuk berbagi kepada sesama dan lebih mempedulikan orang sekitar yang membutuhkan bantuan khususnya kepada anak yatim yang sangat layak untuk mendapatkan perhatian, utamanya dalam hal pendidikan.

g. Foto jurnalistik “Jelang Pemakaman” hari Selasa, 22 Juli 2014 (24 Ramadhan 1435 H) mengandung pesan sosial mengenai kekejaman Israel yang terus menyerang Palestina sehingga banyaknya korban yang berjatuhan. Dalam foto ini mengandung ajakan agar dapat membantu Palestina meskipun dalam bentuk doa untuk mereka.

2. Klasifikasi foto jurnalistik SKH Republika edisi Ramadhan 1435 H yang mengandung pesan sosial berdasarkan jenis foto serta tipe pengambilan gambarnya.

Setelah melakukan penelitian terhadap ke tujuh foto yang dipilih sebagai obyek penelitian maka ke tujuh foto tersebut dapat diklasifikaikan berdasarkan jenis foto serta tipe pengambilan gambar seperti yang sudah dijelaskan pada sub-bab kerangka teori tinjauan foto jurnalistik dalam bab 2 sebelumnya. Jenis-jenis foto jurnalistik tersebut menurut World Press Photo Fundation meliputi sembilan jenis foto jurnalistik yaitu jenis foto Spot News, General News, People In The News, Daily Life (Human

Interest), Social & Environment, Art and Culture, Science & Tehnology, Portraiture, dan Sport.

Dalam penelitian ke tujuh foto jurnalistik yang mengandung pesan sosial dalam SKH Republika edisi Ramadhan 1435 H ini terdapat:

1) Dus foto jurnalistik (foto 1 dan 7) dengan jenis foto gabungan antara People In The News dengan Daily Life serta Spot News.
2) Satu foto jurnalistik (foto 2) dengan jenis foto General News.
3) Satu foto jurnalistik (foto 3) dengan jenis foto People In The News.
4) Satu foto jurnalistik (foto 4) dengan jenis foto gabungan antara Social and Environment, Spot News atau dapat juga General News.
5) Dua foto jurnalistik (foto 5 dan 6) dengan jenis foto gabungan antara People In The News dengan General News.

Jadi, dalam ke tujuh foto jurnalistik pilihan yang mengandung pesan sosial edisi Ramadhan 1435 H SKH Republika ini tidak terdapat jenis foto Art and Culture, Science & Tehnology, Portraiture, dan Sport.

Kemudian, dalam sub-bab tipe pengambilan gambar meliputi tujuh tipe pengambilan gambar yaitu EWS (Extreme Wide Shot), VWS (Very Wide Shot), MS (Mid Shot), MCU (Medium Close Up), CU (Close Up), ECU (Extreme Close Up), dan WS (Weather Shot).

Sesuai dengan karakteristik foto yang mengandung pesan sosial di dalamnya yang sebelumnya telah dijelaskan pada bab 2 dalam ke tujuh

foto jurnalistik dalam penelitian ini tipe pengambilan gambarnya telah menyesuaikan dengan pesan sosial yang akan disampaikan. Foto 1, 2, 4, 5, 6, dan 7 menggunakan tipe VWS (Very Wide Shot), serta satu foto yaitu foto 3 menggunakan tipe MS (Mid Shot). Pada foto 1, 2, 4, 5, 6 dan 7 menggunakan tipe VWS (Very Wide Shot) yang mengambil foto dengan cara lebih dekat dengan menampilkan lingkungan di sekitar obyek. Karena lingkungan di sekitar obyek foto membantu serta mendukung dalam penyampaian pesan sosial foto jurnalistik tersebut agar pesan sosial yang disampaikan lebih mudah untuk dipahami. Kemudian pada foto e yang menggunakan tipe MS (Mid Shot). Teknik pengambilan ini bertujuan untuk menunjukan obyek foto lebih detail dan jelas agar dapat menunjukan emosi yang ditampilkan oleh subjek. Dalam foto ini dengan menampilkan obyek foto lebih detail tanpa menampilkan lingkungan di sekitar obyek foto sudah dapat menyampaikan pesan sosial yang terdapat dalam foto jurnalistik tersebut, dengan menampilkan ke detailan obyek foto tersebut lebih mampu untuk menyampaikan pesan sosialnya tanpa harus menampilkan lingkungan di sekitar obyek foto.

3. Karakteristik foto jurnalistik yang mampu menyampaikan pesan sosial berdasarkan hasil penelitian ini adalah:
    a. Foto jurnalistik tersebut memiliki obyek foto yang mnarik berkaitan dengan kehidupan sosial.
    b. Foto jurnalistik tersebut mengangkat tema mengenai human interest atau people in the news khususnya jenis daily life photo yang menampilkan gambaran aktifitas manusia sehari-hari. Serta

foto tersebut bukan merupakan setingan melainkan asli gambaran pada peristiwa yang sesungguhnya.

c. Obyek foto berupa tingkah laku atau kegiatan manusia di luar kebiasaan masyarakat pada umumnya mampu menarik empati, begitu pula dengan obyek foto yang mengangkat seorang tokoh yang tidak biasanya baik dari kalangan yang sudah terkenal maupun tidak dikenal yang memiliki suatu kelebihan ataupun sebaliknya memiliki suatu kekurangan.

d. Penulisan caption yang mengandung 5W+1H. Hal ini menjadi sangat penting karena tidak semua foto dapat menyampaikan pesannya melalui hasil gambar atau foto saja, sehingga dapat dibantu dengan caption.

e. Foto jurnalistik tersebut menggunakan tipe shoot atau camera angle dengan menyesuaikan pesan yang ingin disampaikan.

B. Saran-saran

1. Untuk SKH Republika

Menggambil gambar foto yang menarik dan dapat menyentuh hati pembacanya dengan pesan sosial yang akan disampaikan bukan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan. Membutuhkan kekreatifan, ketekunan serta kesabaran yang tinggi sehingga dapat memperoleh gambar foto seperti yang diharapkan dengan kualitas tinggi. Namun, pada kenyataannya terkadang fotografer tidak memperhatikan unsur-unsur fotografi yang dapat mendukung kualitas gambar foto yang

dihasilkan seperti halnya angle camera, pencahayaan, obyek yang menarik, proporsisi gambar dan lainnya. Terkadang fotografer mengambil gambar tanpa banyak mempertimbangkan pesan yang akan disampaikan melalui foto tersebut. Akibatnya hasil gambar foto jurnaslistik tersebut kurang menarik penikmatnya.

Terkait dengan hal tersebut, saran peneliti adalah untuk fotografer SKH Republika lebih memperhatikan lagi unsur-unsur fotografi ketika memotret, agar lebih menarik untuk dilihat serta pesan yang ingin disampaikan pun lebih mudah untuk dipahami penikmatnya. Selain itu fotografer juga harus mempertimbangkan hasil foto tersebut untuk memenuhi kebutuhannya, apakah foto yang akan dihasilkan sudah memenuhi kebutuhan, baik kebutuhan SKH Republika sendiri dalam menyampaikan berita maupun kebutuhan penikmatnya untuk mendapatkan gambaran jelas mengenai berita maupun pesan yang ingin disampaikan SKH Republika.

2. Untuk pembaca dan serta masyarakat umum

Salah satu aplikasi dakwah terkait dengan penelitian ini adalah media dakwah melalui foto jurnalistik yang mengandung pesan sosial di dalamnya di mana pada penelitian ini mengangkat tema Ramadhan 1435 H. Seluruh foto jurnalistik yang diangkat pada penelitian ini adalah mengenai kegiatan umat muslim ketika bulan Ramadhan tiba. Pesan sosial sendiri diharapkan dapat menimbulkan tindakan prososial ketika pesan sosial tersebut tersampaikan kepada penikmatnya. Melalui cara ini

tentu akan lebih mudah untuk di mengerti oleh masyarakat karena pesan yang ingin disampaikan tergambar dengan jelas serta membuat penikmatnya atau khalayak lebih dapat memahami kondisi yang sebenarnya terjadi pada suatu obyek dalam foto jurnalistik yang disampaikan, dengan begitu rasa prososial yang ditimbulkan akan lebih besar.

Kebersamaan antar umat muslim, saling membantu dan mempedulikan antar sesama, shadaqoh, serta berbagi merupakan beberapa wujud nyata yang dapat digambarkan melalui foto jurnalistik yang mengandung pesan sosial di dalamnya. Memotret dan kemudian memuatnya dalam surat kabar mengenai kegiatan-kegiatan dalam bulan Ramadhan dapat dimanfaatkan untuk mengajak (dakwah) kepada orang lain untuk berprilaku sosial.

Melakukan prilaku sosial tidak harus dalam bentuk memberikan bantuan langsung berupa materi maupun psikologi, doa dapat merupakan bentuk bantuan dari kepedulian kita terhadap sesama. Selain itu terkait dengan foto jurnalistik kita juga dapat memotret suatu pristiwa yang mengandung pesan sosial di dalamnya dan dapat mempublikasikannya dengan cara salah satunya mengirimkan gambar foto kepada redaksi surat kabar, ataupun hal yang simpel dengan cara mengunggahnya di sosial media. Jika tidak dimulai dari diri sendiri untuk prososial kepada saudara-saudara kita kemudian siapa lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Rujukan Dari Buku

Audy Mirza Alwi, Foto Jurnalistik Metode Memotret Dan Mengirim Foto Ke Media Massa, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.

Alex Sobur, Semiotika Komunikas, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.

Bungin, Burhan, Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat), Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Dennis McQuail, Teori komunikasi massa: Suatu pengantar, Jakarta: Erlangga, 1987.

I Made Wirartha, Pedoman Penulisan Usulan Penelitian skripsi dan Tesis, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006.

Karel. J. Veeger, Realitas Sosial, Refleksi Filsafat Sosial Atas Hubungan Individu Masyarakat Dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi, Jakarta: Gramedia, 1993.

Onong Uchjana Effendy, Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993.

Soelarko, Pengantar Foto Jurnalistik, Bandung: P.T Karya Nusantara, 1985.

Yunus, Jurnalistik Terapan, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

Rujukan Dari Skripsi

Agung Khabiburahman, Pesan Religi Foto Jurnalistik Grebeg Besar Pada Koran Harian Jogja dan Merapi, Skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2012.

Beni Sjamsuddin Toni, Pesan Prososial Foto Jurnalistik Pengungsi Merapi Dalam Koran Kedaulatan Rakyat, Skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2012.

Nuryati, Pesan-pesan Sosial Foto Jurnalistik Pasca Gempa Bumi Yogyakarta di SKH Bernas Jogja Edisi 28 Mei-11 Juni 2006, Skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2007.

Rujukan Dari Materi Kuliah

Sutirman Eka Ardhana, Kuliah Fotografi: Foto Jurnalistik yang Mengandung Pesan Sosial, bahan kuliah tidak diterbitkan, (Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga 2013).

Rujukan Dari Internet

http://kbbi.web.id/index.php?w=pesan

http://kbbi.web.id/index.php?w=jurnalisme

Rujukan Dari Surat Kabar

"Warga Miskin Bertambah", SKH Republika, Rabu, 2 Juli 2014.

"Buka Bersama di Istiqlal", SKH Republika, Rabu, 2 Juli 2014.

"Mengantre Bantuan", SKH Republika, K amis, 3 Juli 2014.

"Berbagi Takjil", SKH Republika, Senin, 7 Juli 2014.

"Penyerahan Paket", SKH Republika, Sabtu, 19 Juli 2014.

"Berbagi Bersama Sahabat", SKH Republika, Minggu, 20 Juli 2014.

"Jelang Pemakaman", SKH Republika, Selasa, 22 Juli 2014.