

FOTO JURNALISTIK SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(ANALISIS DESKRIFTIF BERITA FOTO DI TABLOID DIALOG JUMAT
HARIAN UMUM REPUBLIKA EDISI BULAN MUHARRAM 1429 H)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negara (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)

Oleh:

Fathur Rijal
NIM: 04210088

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

2008

Saptoni, S.Ag, M.A.
Dosen Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Saudara Fathur Rijal
Lamp : 3 Eksemplar

Kepada:
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di
Yogyakarta

Assolaamu`alaikum Wr, Wb.

Setelah kami membaca, meneliti dan mengoreksi serta memberikan perbaikan-perbaikan terhadap skripsi ini seperlunya, maka selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama :Fathur Rijal
NIM :04210088
Judul :Foto Jurnalistik Sebagai Media Dakwah (Analisis Deskriptif berita foto di tabloid Dialog Jumat Harian Umum Republika edisi bulan Muharram 1429 H

Sudah dapat diajukan dalam sidang munaqosyah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian Nota Dinas ini dibuat atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan trimakasih.

Wassalamualaikum Wr, Wb

Yogyakarta, /0 Juli 2008 M

Pembimbing



Saptoni, S.Ag, M.A.
NIP.150291021

ABSTRAKSI

Foto lebih berbahaya dari seribu kata-kata, adagium ini telah dikenal dalam dunia jurnalistik. Dengan satu buah foto bisa menggerakkan orang lain untuk berbuat sesuatu, entah itu perbuatan yang bisa merusak harmonisasi kehidupan di dunia atau membuat kemaslahatan untuk masyarakat banyak. Contoh kasus misalnya, dengan merebaknya foto-foto porno di media maya atau cetak bisa menggerakkan orang lain berbuat amoral kepada lawan jenis, kemudian contoh lain adalah kasus *smack down* pada pertengahan 2007 lalu yang membuat anak-anak SD mempraktikkan gaya dan adegan *smack down* itu kepada teman-temannya. Itulah sekelumit dampak negatif dari foto atau media lainnya kalau diisi dengan hal-hal negatif.

Dari fenomena itulah, skripsi penulis ini beri judul Foto Jurnalistik Sebagai Media Dakwah. Fokus dari penelitian ini adalah mencoba mengetahui lebih jauh tentang foto jurnalistik yang bisa dijadikan sebagai media dakwah, umat Islam tidak bisa mengingkari bahwa keberhasilan dakwah Islam itu tidak akan pernah ada tanpa bantuan dari media.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah *deskriptif kualitatif*, yakni suatu metode yang berangkat dari adanya bahan-bahan dan tidak berorientasi untuk menemukan teori baru, tapi hanya berusaha menggambarkan apa adanya tentang obyek penelitian.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah mengetahui gambaran foto jurnalistik sebagai media dakwah. Adapun pendekatan yang dipakai untuk menganalisis pesan dakwah yang ada pada foto-foto yang menjadi obyek penelitian ini adalah teori komunikasi periklanan model Roland Barthes. Penulis menggunakan teori ini karena obyek analisis Roland Barthes adalah gambar dan pesan yang ada dibalik gambar itu, pada penelitian penulis ini obyek analisis nya adalah gambar atau foto jurnalistik yang mempunyai pesan-pesan dakwah. Fokus penelitian Roland Barthes adalah pada pesan linguistik, pesan ikonik yang terkodekan dan pesan ikonik tak terkodekan.

Hasil dari penelitian penulis yang berjudul foto jurnalistik sebagai media dakwah ini adalah semua foto jurnalistik bisa dijadikan sebagai media dakwah dengan ketentuan sebagai berikut:

Pertama foto jurnalistik bisa dijadikan sebagai media dakwah apabila memiliki pesan dakwah didalamnya. *Kedua* foto jurnalistik sebagai media dakwah harus mengedepankan etika komunikasi dalam pemuatannya yakni jauh dari unsur-unsur pornografi, tidak mengandung unsur-unsur konflik bernuansa sara (suku, agama dan ras). *Ketiga* foto jurnalistik yang akan dijadikan media dakwah harus mengandung nilai-nilai aktualitas (*timelines*), nilai keterkenalan (*prominence*), nilai dampak (*consequency*), nilai *human interest*, nilai kedekatan (*proximity*) dengan pembaca, seperti unsur kedekatan emosional (agama, ras, suku, dan sebagainya).



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/1331/2008

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

FOTO JURNALISTIK SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(Analisis Deskriptif Berita Foto Di Tabloid Dialog Jum'at Harian Umum
Republika Edisi Bulan Muharram 1429 H.)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Fathur Rijal
NIM : 04210088
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 12 Agustus 2008
Nilai Munaqasyah : B+

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Pembimbing

Saptoni, S.Ag., MA
NIP. 150291021

Penguji I

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil
NIP.150228371

Penguji II

Drs. HM Kholili, M.Si,
NIP. 150222294

Yogyakarta, 20 Agustus 2008
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah

Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA
NIP. 150220788



MOTTO:

Serulah Manusia Kepada Jalan Tuhan-mu

(QS. An-Nahl 125)¹



¹ Al-Jumanatul `Ali Al-Qur`an dan terjemahannya Depag RI (Bandung: Penerbit J-ART, 2005)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Al-mamater Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Inaq, amaq dan saudara-saudaraku tercinta di kampung halaman.
3. Kawan-kawanku di Pelaksana Takmir dan Lembaga Dakwah Masjid UIN Su-Ka

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dan *sholawat* serta salam kepada Rasulullah Saw. Dengan berkat rahmat Allah Swt, skripsi ini telah selesai disusun dalam tempo yang tidak singkat, bahkan penuh dengan rintangan, ditengah-tengah kesibukan penulis sebagai stap pendidik di Pesantren Mu`allimin Muhammadiyah Yogyakarta yang secara birokratis tidak boleh di tinggalkan. Dengan menempuh perjalanan panjang Yogyakarta-Jakarta tak terasa banyak amanah lain terkorbankan demi tugas akhir dari studi ini.

Sebuah karya tidak lahir begitu saja dalam ruang hampa di benak penulisnya, seringkali ia merefleksikan emosi dan harapan penulisnya. Begitu juga dengan skripsi ini, ide untuk mengangkat foto jurnalistik sebagai media dakwah adalah sebuah harapan dari penulis agar semua media ada nilai-nilai dakwah yang terselip di dalamnya, karena maraknya media yang berbau komersial dan masih banyak pula media yang muncul tidak didasari oleh sepirit untuk memberikan Informasi, edukasi atau pendidikan, kontrol sosial serta hiburan sesuai dengan fungsi dari media itu sendiri.

“Ungkapan tidak selalu mencapai makna”, demikian ungkap Jalaluddin Rumi. Begitu juga halnya dengan karya tugas akhir yang sangat sederhana ini. Begitu banyak orang baik yang mungkin ungkapan rasa terima kasih tak kan cukup membalas budi baik mereka.

Penulis sadar bahwa skripsi yang saya susun ini, masih banyak kekurangan dan masih banyak hal yang perlu kritikan dan masukan dari penguji dan tentunya dari pembimbing serta kawan-kawan yang menemaniku dalam

kesempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap banyak dari apa yang penulis teliti ini, semoga menjadi amal baik bagi diri sendiri dan juga bagi almamater tercinta Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Skripsi yang penulis beri judul “Foto Jurnalistik Sebagai Media Dakwah” ini mudah-mudahan bisa memberikan kontribusi nyata dalam dinamika dakwah Islam yang *sholihun li kulli zamaanin wa makaanin*.

Karya ini saya dedikasikan sepenuhnya untuk kedua orang tuaku di kampung halaman yang jauh dari pandangan mata, ungkapan terima kasih kepada mereka berdua atas cinta dan kasih sayangnya kepadaku, kalau bukan karena cinta dan doa tulus dari lubuk hati mereka berdua pastilah jalan hidup yang saya tempuh ini mungkin akan menjadi lain. Semoga Allah Swt membalas kebaikan mereka berdua dengan samudera kasih-Nya yang terus mengalir hingga kelak di kemudian hari. Amien.

Kepada seluruh element yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, penulis ucapkan rasa terima kasih yang setulus-tulunya diantaranya adalah:

1. Bapak Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Ibu Khairu Ummatin selaku Penasehat Akademik terima kasih atas diskusi dan masukannya.

5. Bapak Saptoni, S.Ag. M.A. selaku pembimbing tugas akhir ini.
6. Prof. Drs. H. Sa`ad Abdul Wahid selaku ketua Pengurus Takmir Masjid UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta terima kasih atas doanya.
7. Seluruh pengurus Ta`mir dan Pelaksana Harian Takmir Masjid UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Biro perwakilan redaksi Harian Umum Republika di Yogyakarta, Mas Yoebal Ganesha Rasyid terima kasih atas masukan dan arahan serta bantuannya, Sekretatis redaksi Republika pusat Jakarta Mas Fachrul Ratzi dan Mba` Ida yang telah membantu proses perizinan dan menerima saya meneliti di Republika, kemudian Mas Dermawan selaku redaktur Foto trimakasih atas wawancara dan informasinya
9. Direktur Mu`allimin Muhammadiyah Yogyakarta terima kasih atas izinnya.
10. Rekan-rekan asatiz di Madrasah Mu`allimin Muhammadiyah khususnya di asrama Thariq Bin Ziyad.
11. Murid-muridku di Madrasah Mu`allimin Muhammadiyah Yogyakarta, terima kasih atas doanya.
12. Kawan-kawan di Pelaksana Takmir Masjid UIN Su-Ka ada kang Fais, S.Hi., Marwan, S.Hi. Bukhari, S.Pd.I, Rudi Abdt. S.Sos.I, Khalid, Anas, Syarif dan Pengurus Lembaga Dakwah Masjid UIN Sunan Kalijaga 2005-2007, yang masih aktif di Masjid UIN Su-Ka, ada Dina Mutaharah (terima kasih atas catatan "PMP" & produksi siaran), Nur H5, Alia, Atip Purnama (atas masukan dan diskusinya).

13. Khusus kepada adek Ade Suryani Syafi'i, HENING SUMARAHATI, S.Pd.I terima kasih atas.....?
14. Mas Rudi terima kasih atas pinjaman komputernya, Mas Kasman terima kasih atas pinjaman buku-bukunya, Mas Jaya Miharja terima kasih atas pinjaman motor dan masukan-masukannya, semoga mendapat balasan dari Allah Swt.
15. Mbah Dimo di Slogohimo, Wonogiri beserta keluarga terima kasih atas dana dan doanya, saya hanya berharap kepada Allah membalas semua kebaikannya.
16. Direktur PT. Newmont Nusa Tenggara (NNT) NTB atas dana beasiswa prestasinya.

Semoga semua kebaikan dan segala bantuannya diterima oleh Allah Swt, *Amien Ya Rabbal `Alamien*. Dan hanya Allahlah yang paling mengetahui segala kebenaran.

Penulis

Fathur Rijal
NIM: 04210088

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Sampul	i
Halaman Nota Dinas	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persembahan	iv
Halaman Motto	v
Abstraksi Judul.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	xi
BAB I Pendahuluan	
A. Penegasan judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Telaah Pustaka	9
G. Kerangka Teoritik	13
1.Fungsi media dalam dakwah.....	13
2.Foto jurnalistik sebagai media dakwah.....	15
3.Tinjauan tentang materi dakwah	20
4.Tinjauan tentang foto jurnalistik.....	21
5.Nilai-nilai berita dalam foto jurnalistik.....	29

H. Metode Penelitian	32
I. Sistematika pembahasan	35
BAB II Gambaran Umum Foto Jurnalistik di Tabloid Dialog Jumat	36
A. Foto-foto jurnalistik di Tabloid Dialog Jumat	37
B. Model foto jurnalistik di Tabloid Dialog Jumat.....	52
BAB III Analisis Pesan Dakwah Foto Jurnalistik Di Tabloid Dialog Jumat..	58
A. Pemilihan foto jurnalistik.....	58
B. Pesan Dakwah Foto Jurnalistik.....	61
BAB IV Penutup	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
Daftar Pustaka.....	82
Lampiran-Lampiran	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul FOTO JURNALISTIK SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Deskriptif Berita Foto Di Tabloid Dialog Jumat Harian Umum Republika Edisi Bulan Muharram 1429 H). Untuk memperjelas arah dan maksud dari penelitian ini, maka penulis perlu menjelaskan maksud dari masing-masing istilah yang tercakup dalam judul penelitian skripsi ini:

1. Foto Jurnalistik

Menurut Oscar Motuloh foto Jurnalistik adalah suatu medium sajian untuk menyampaikan beragam bukti visual atas suatu peristiwa pada masyarakat luas dalam tempo yang sesingkat-singkatnya.¹

Henri Cartier-Bresson mengartikan foto jurnalistik adalah berkisah dengan sebuah gambar, melaporkannya dengan sebuah kamera, merekamnya dalam waktu, yang seluruhnya berlangsung seketika saat suatu citra tersembul mengungkap sebuah cerita.²

¹ http://images.kompas.com/index_articles.php. diakses tanggal 15 Juli 2008 jam 21.00 malam WIB

² Sutirman Eka Ardhana, *Materi Perkuliahan Fotografi*, Jurusan KPI Fak. Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2006 (tidak terpublikasikan)

2. Media

Media adalah sarana yang dapat mengantarkan kepada sesuatu dan merupakan salah satu elemen penting dalam berlangsungnya komunikasi massa.³

3. Media Dakwah

Media dakwah adalah sarana yang membantu juru dakwah dalam menyampaikan dakwahnya.⁴

4. Berita Foto

Berita foto adalah foto jurnalistik yang bersifat informatif dan dilengkapi dengan *caption* atau penjelasan dari wartawan foto. Berita foto sering juga disebut foto berita karena bersifat segera untuk disiarkan.⁵

5. Tabloid

Tabloid adalah versi surat kabar yang berukuran lebih kecil dengan tema yang lebih segmentatif.⁶

6. Tabloid Dialog Jumat

Tabloid Dialog Jumat adalah nama salah satu suplemen mingguan yang dibagikan secara gratis kepada para pelanggan dan pembaca Koran Harian Umum Republika. Berisi tentang permasalahan keumatan dan Informasi dunia Islam.

³ Said Ali Al-Qahtan, *Da`wah Islam Da`wah Bijak*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1994), Hlm. 102

⁴ *Ibid*, Hlm 102.

⁵ *Op.Cit*, Hlm. 5

⁶ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori Dan Prakteknya*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), Hlm. 254.

7. Harian Umum Republika

Harian Umum Republika adalah salah satu surat kabar harian bersekala nasional yang keberadaannya diprakarsai oleh Ikatan Cendekiawan Muslimin se-Indonesia (ICMI) dan bertujuan untuk memfasilitasi opini umat Islam Indonesia pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Harian ini terbit pertama kali pada tanggal 4 Januari 1993.

Adapun Visi dari Harian Umum Republika adalah

- a. Menegakkan *amar ma`ruf nahi mungkar*
- b. Membela, melindungi dan melayani kepentingan ummat.
- c. Mengkritisi tanpa menyakiti.
- d. Mencerdaskan, mendidik dan mencerahkan.
- e. Berwawasan kebangsaan.

Sedangkan Misi dari Harian Umum Republika dalam bidang agama Islam adalah:

- a. Mensyi`arkan Islam.
- b. Mempromosikan semangat toleransi.
- c. Mewujudkan *Islam rahmatan lil`alamien* dalam segala bidang kehidupan.
- d. Membela, melindungi dan melayani kepentingan umat.⁷

Secara umum yang penulis maksud dari foto jurnalistik sebagai media dakwah adalah foto-foto yang dimuat di media massa cetak yang

⁷ Profile Harian Umum Republika.

mempunyai nilai-nilai dakwah. Maka berita foto di Tabloid Dialog Jumat edisi Muharram 1429 H yang penulis analisis adalah foto-foto yang bersifat informatif tentang kegiatan keagamaan.

Dari penjelasan diatas, maksud dari judul penelitian ini adalah untuk smengetahui deskripsi foto jurnalistik sebagai media dakwah di Tabloid Dialog Jumat.

B. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media yang terus mengalami perubahan, mengikuti irama penemuan-penemuan baru dalam bidang teknologi informasi. Banyak cara digunakan manusia untuk berkomunikasi atau mengemukakan apa yang ingin disampaikan kepada orang lain. Salah satu sarana juru dakwah untuk mengkomunikasikan pesan tersebut adalah melalui media foto atau gambar.

Akhir-akhir ini, ajakan untuk melestarikan lingkungan hidup semakin gencar dilakukan lewat media foto, memang dulu foto jurnalistik pernah berperan besar dalam mendorong perubahan yang pro lingkungan hidup. Kini dengan perkembangan teknologi digital yang luar biasa, seharusnya siapa saja bisa melahirkan karya foto yang tidak kalah menariknya, bukan hanya oleh Jurnalis Foto (pewartu foto). Tapi yang mungkin masih dirasa kurang adalah wacana mengenai isi suatu karya foto. Perlu disadari bahwa

sebenarnya foto jurnalistik bisa menjadi alat yang efektif untuk mendorong sebuah perubahan.⁸

Sebenarnya bukan hanya masalah lingkungan hidup saja yang bisa dirubah menjadi lebih baik melalui sebuah gambar atau foto, masalah *religiusitas* atau keberagaman pun juga akan sangat menarik kalau dikemas kedalam bentuk visual. Disinilah letak pentingnya melakukan inovasi dakwah melalui media. Maka umat Islam yang mengemban tugas untuk menyiarkan ajaran agama Islam ke selurush penjuru dunia ini dituntut untuk bisa memanfaatkan perkembangan teknologi isnformasi untuk pemerataan dakwah Islam dan pesan-pesan agama.

Mengapa juru dakwah dituntut untuk bisa menguasai media, karena dengan media suatu komunitas bisa membentuk dan merubah realitas budaya di masyarakatnya.⁹ Media merupakan sebagai marsuar bagi pengembangan dakwah kedepan dan keberadaan media memang dibutuhkan oleh dakwah Islam pada zaman modern ini.¹⁰

Belakangan dakwah juga dilakukan lewat Koran, Majalah, Bulletin, Tabloid, Buku dan Media lainnya.¹¹ Dalam bidang media cetak, telah lahir majalah-majalah dan surat kabar yang berideologi Islam, sebagai wadah untuk menyebarkan ajaran Islam. Bagi umat Islam, dakwah adalah sebuah

⁸ Kompas. 11 Juni 2008. *Fotografi Digital Yang Peka Lingkungan*. Rubrik Inspirasional, Hlm. 13.

⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), Hlm. 113.

¹⁰ Andy Dermawan, 2008 “*Dakwah Partisipatoris Ikhtiar Membangun Harmonisasi Religiusitas Dalam Konteks Keindonesiaan*”, makalah disajikan dalam Diskusi Publik Refleksi Hijrah Nabi 1429 H di Lembaga Dakwah Masjid UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 15-01-08.

¹¹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Dakwah Visi Dan Misi Dakwah Bil Qalam*. (Bandung: Rosdakarya, 2003), Hlm. Sinopsis

keharusan dan tidak boleh ditinggalkan karena Allah tidak menginginkan manusia sholeh sendiri, tapi harus berusaha mengajak orang lain selain diri, keluarga dan masyarakatnya menuju hidayah Allah.

Setiap muslim berkewajiban untuk menyampaikan Islam kepada orang lain walaupun cuma hanya satu ayat, sebagaimana hadits nabi yang berbunyi *ballighu `anni walau ayatin*.¹² Setiap muslim adalah *marketing* Tuhan, oleh karenanya, setiap jiwa muslim berkewajiban mengemban peran dakwah bagi diri sendiri dan umat manusia.¹³

Dakwah amar *ma`ruf nahi mungkar* adalah tugas mutlak umat Nabi Muhammad SAW, mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari yang mungkar dimulai dari diri sendiri, keluarga dan lingkungan sosial tempat tinggalnya.

Dawam Raharjo berpendapat, dakwah yang dilakukan umat Islam harus menyentuh tiga ranah obyek. *Pertama* perorangan, ini ditujukan kepada mereka yang sudah mengenal agama Islam, dakwah kepada mereka ini diwujudkan dalam bentuk pembaharuan pemahaman Islam ke arah pemurnian *tauhsid*. *Kedua* dakwah ditujukan kepada mereka yang belum mengenal agama Islam untuk memeluk Islam. *Ketiga* dakwah ditujukan kepada masyarakat di wujudkan ke dalam usaha-usaha perbaikan dan

¹² *Ibid*. Hlm 14.

¹³ Andy Dermawan, *Ibda Bi Nafsika Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005), Hlm xvi.

bimbingan guna menegakkan dan menjunjung tinggi agama Islam dalam kehidupan pribadi dan masyarakat.¹⁴

Istilah Dakwah berasal dari bahasa arab yang berarti mengajak dan menyeru umat manusia baik perorangan maupun kelompok kepada agama Islam dengan cara lisan maupun perbuatan guna mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.¹⁵

Hadirnya dakwah Islam di tengah masyarakat umum, mempunyai tujuan untuk mengajak manusia berubah dari budaya yang kurang baik menuju budaya yang baik.¹⁶ Dakwah juga merupakan salah satu usaha atau aktivitas mengajak melalui lisan maupun tulisan dan media lainnya untuk beriman kepada Allah Swt sesuai dengan *aqidah* serta *akhlak Islamiyah*.

Dakwah bisa dilakukan lewat media apapun, lebih-lebih lewat media visual seperti foto, karena dari segi kekuatan, foto bisa dijadikan sebagai media komunikasi. Prayanto W.H dalam bukunya berpendapat bahwa foto adalah sebagai salah satu media dalam komunikasi visual, karena foto bisa menimbulkan kesan pada komunikan, tanpa mempersoalkan apakah kesan tersebut bersifat negatif atau positif.¹⁷

Pada dasarnya semua media, baik cetak maupun elektronik bisa dijadikan sebagai media dakwah, cuma permasalahannya adalah tidak

¹⁴ Dawam Raharjo, *Ensiklopedi Al-Qur`an "Tafsir Sosial Berdasarkan Konsep Kunci"*, (Jakarta: Paramadina, 1996), Hlm. 624.

¹⁵ Zaini Muhtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: IKFA, 1996), Hlm.14.

¹⁶ Hamzah Ya`kub, *Publisistik Islam Teknik Da`wah dan Leadership*, (Bandung: CV Diponegoro, 1981), Hlm. 13.

¹⁷ Prayanto W.H, *Digitalisasi Fotografi Dalam Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), Hlm. 100.

semua juru dakwah memanfaatkan media itu sebagai sarana dalam mendakwahkan pesan-pesan ajaran agamanya, dan tidak semua media mau menyiarkan ajaran-ajaran agama, alasannya adalah karena ajaran agama tidak bernilai ekonomis, walaupun ada media cetak ataupun media elektronik yang menyiarkan pesan-pesan agama, besar kemungkinan dipengaruhi oleh pencetusnya yang mempunyai kepekaan yang tinggi terhadap perkembangan agama. Salah satu contohnya adalah Harian Umum Republika yang kemunculannya diwadahi oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) tetap eksis mempublikasikan pesan-pesan agama Islam.

Salah satu bukti Harian Umum Republika memiliki sense terhadap perkembangan dakwah Islam adalah dengan menerbitkan suplemen khusus tabloid dialog jumat, khusus pada edisi bulan Muharram 1429 H tabloid ini mampu mengusahakan tersedianya pesan-pesan dakwah melalui rubrik-rubrik yang ada di tabloid dialog jumat. Foto-foto yang dipublikasikan di tabloid dialog jumat edisi bulan Muharram 1429 H banyak menceritakan tentang kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh kaum muslimin dalam rangka menyambut Tahun Baru Islam 1429 H, hal inilah yang membuat penulis ingin mengetahui lebih banyak tentang foto-foto bernilai religi tersebut supaya bisa dijadikan sebagai media dakwah.

Harian Umum Republika sebagai salah satu surat kabar yang didirikan oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) berusaha menyuguhkan Informasi tentang perkembangan Dunia Islam, pesan-pesan

ajaran agama Islam dan mampu memadukan fungsi media antara *education*, *hiburan*, *information* dan yang paling fundamental adalah Harian Umum Republika sebagai media dakwah yang mendakwahkan *Islam rahmatan lil `alamien*, disinilah letak kelebihan Harian Umum Republika dengan surat kabar harian lainnya yang hanya mengedepankan bisnis semata. Dakwah Islam diwujudkan dalam bentuk pemuatan artikel-artikel dakwah, rubrik hikmah dan Tabloid Dialog Jumat.

C. Rumusan Masalah

Penelitian ini fokus pada bagaimana gambaran dari foto jurnalistik yang bisa dijadikan sebagai media dakwah?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran dari foto jurnalistik yang bisa dijadikan sebagai media dakwah.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi para peneliti khususnya di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.
2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi motivasi bagi para wartawan foto dan juru dakwah untuk memanfaatkan foto jurnalistik sebagai media dakwah Islam.

F. Telaah Pustaka

Dalam rangka menghindari adanya pengulangan penelitian, duplikasi dan lain sebagainya. Penulis menelusuri beberapa hasil karya penelitian

yang berkaitan dengan foto jurnalistik, adapun karya penelitian yang membahas tentang foto jurnalistik secara umum diantaranya:

1. Buku Audy Mirza Alwi *Foto Jurnalistik*. Buku ini menjelaskan tata cara memotret atau mengambil gambar dan mengirim gambar ke media massa, dan membahas jenis foto yang layak dijadikan bahan berita oleh media cetak, penjelasan dari buku ini akan penulis jadikan sebagai bahan acuan dalam menjelaskan kriteria foto jurnalistik.¹⁸
2. Buku Yulian Ardiansyah *Tips dan Trik Fotografi*. Buku ini membahas tentang teori dan aplikasi belajar fotografi, penulis buku ini tidak menyentuh ranah fungsi sebuah foto, tapi lebih kepada bagaimana menghasilkan foto yang bagus.¹⁹
3. Buku Griand Giwanda *Panduan Praktis Menciptakan Foto Menarik*. Buku ini berisi pembahasan tentang makna dan seni pada fotografi serta teknis-teknis dasar fotografi, misalnya masalah pencahayaan, penguasaan kamera, dasar komposisi, segi kreatif pemotretan sampai pada bagaimana cara berburu foto.²⁰
4. Skripsi hasil penelitian Abadi Mustakim, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul "Fungsi Fotografi Dalam Berita" Studi *Headline News SKH*

¹⁸ Audy Mirza Alwi, *Foto Jurnalistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004)

¹⁹ Yulian Ardiansyah, *Tips Dan Trik Fotografi*, (Jakarta: Grasindo, 2005)

²⁰ Griand Giwanda, *Panduan Praktis Menciptakan Foto Menarik*, (Jakarta: Puspa Swara, 2002), Hlm. 2

Bernas Yogyakarta 2007. Penelitian ini memfokuskan kajiannya pada dua masalah *pertama*, Fungsi fotografi dalam memperkuat berita pada halaman muka di SKH Bernas Yogyakarta. *Kedua*, bagaimana asumsi direktur SKH Bernas Yogyakarta dalam sebuah berita menjadi *Headlines News* dengan foto.²¹

5. Skripsi hasil penelitian Nuryati, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta "Pesan-Pesan Sosial Foto Jurnalistik Pasca Gempa Bumi Yogyakarta 27 Mei 2006 di SKH Bernas Yogyakarta 2007. Penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada muatan pesan dari foto jurnalistik yang ditampilkan pada SKH Bernas Yogyakarta analisis yang dipakai dalam penelitiannya adalah *analisis interpretatif* terhadap foto jurnalistik pasca gempa yang ada di SKH Bernas Yogyakarta.²² Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh saudara Abadi Mustakim dan saudara Nuryati dengan penelitian penulis ini adalah terletak pada subyek dan obyek penelitian serta fokus penelitiannya. Adapun penelitian yang akan penulis lakukan ini difokuskan pada pendeskripsian foto jurnalistik yang layak dijadikan sebagai media Dakwah.

²¹ Skripsi Abadi Mustakim, "*Fungsi Fotografi Dalam Berita Studi Headline News Di SKH Bernas Yogyakarta*. Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga 2007 tidak dipublikasikan.

²² Sekripsi Nuryati, *Pesan-Pesan Foto Jurnalistik Pasca Gempa Bumi Di SKH Bernas Yogyakarta*. Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2007 tidak dipublikasikan

6. Skripsi hasil penelitian saudara Iis Aisyah Munawaroh jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah berjudul Analisis isi rubrik Taushiyah AA Gym "Rubrik MQ Tabloid Dialog Jumat Republika". Penelitian yang dilakukan oleh Iis Aisyah Munawaroh ini difokuskan pada pesan dakwah taushiyah AA Gym dan bagaimana cara AA Gym mengemas pesan-pesan dakwahnya dalam rubrik Manajemen Qolbu. Adapun sifat penelitiannya adalah *content analisis* dengan pendekatan kuantitatif.²³ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada pokok penelitian dan sifatnya. Penelitian yang penulis lakukan ini difokuskan pada foto-foto jurnalistik di Tabloid Dialog Jumat edisi bulan Muharram 1429 H dan bersifat kualitatif. Sedangkan obyek penelitiannya sama yakni di Tabloid Dialog Jumat Republika.

Dari beberapa hasil penelitian mengenai foto jurnalistik tersebut, di lingkungan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta relatif belum ada satupun penelitian yang membahas tentang foto jurnalistik sebagai media Dakwah.

²³ Skripsi Iis Aisyah Munawaroh, " *Analisis isi rubrik taushiyah AA Gym Rubrik MQ Tabloid Dialog Jumat Republika*", Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2007/1428 H. Tidak dipublikasikan.

G. Kerangka Teoritik

1. Fungsi media dalam dakwah

Media adalah alat bantu yang digunakan dalam mengefektifkan transformasi dua arah, yaitu sebagai perantara dalam penyampaian pesan-pesan sosial dan lainnya. Komunikasi merupakan proses yang melibatkan banyak komponen. Elemennya antara lain: *source* (sumber), *message* (pesan), *channel* (media), *receiver* atau *destination* (penerima atau sasaran).²⁴

Dalam proses komunikasi, sumber memproduksi pesan melalui media yang telah dipilih untuk mengirim pesan pada penerima, dimana pesan yang dikirim berdasarkan tujuan tertentu. Kadang penerima tidak memberikan respon yang dapat diamati sumber, atau sumber tidak dapat mengamati penerima. Respon dari penerima kesumber disebut *feedback* (umpan balik).

Jadi bukan hanya foto-foto porno yang mampu merangsang pembaca untuk melakukan perbuatan amoral, tapi foto-foto berupa kegiatan ritual keagamaan pun bisa merangsang pembaca untuk melakukan pekerjaan yang sama seperti subjek dalam foto tersebut, yang terpenting adalah selama foto-foto yang dipublikasikan itu tidak menyimpang dari etika komunikasi. Mengapa harus mengedepankan etika komunikasi? ada tiga pertimbangan mengapa etika komunikasi harus diterapkan oleh setiap pengguna media.

²⁴ Wiryanto, *Pengantar Komunikasi*, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), Hlm.19.

Pertama media mempunyai kekuasaan dan efek yang sangat dahsyat terhadap publik. *Kedua* etika komunikasi merupakan upaya untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab. *Ketiga* menghindari sedapat mungkin dampak negatif dari logika instrumental, yaitu logika yang cenderung mengabaikan nilai dan makna.²⁵

Isi sebuah media sangat dipengaruhi dan ditentukan oleh siapa yang ada dibelakang media itu sendiri, termasuk para pemegang modalnya. Kalau pemegang modalnya adalah orang-orang yang mempunyai kepedulian terhadap perkembangan dan kemajuan Islam, maka media tersebut akan terwarnai oleh nilai-nilai Islam universal. Wartawan juga bisa dikatakan sebagai juru dakwah di bidang pers, yaitu sebagai pengemban dakwah melalui media tulisan atau laporan dalam bentuk kegiatan ke-Islaman yang dilakukan oleh kaum muslimin.²⁶

Alex Sobur berpendapat bahwa isi media tidak bisa terlepas dari idiologi yang dianut oleh para pemilik media. Dalam studi media langkah yang dipakai untuk mengetahui isi media setidaknya ada tiga pendekatan yang harus dipakai.²⁷

²⁵ Haryatmoko, *Etika Komunikasi "Manipulasi Media, Kekerasan, Dan Pornografi"*, (Yogyakarta: Kanisius, 2007), Hlm. 38.

²⁶ Asep Syamsul M. Ramli, *Ibid*, Hlm. 38.

²⁷ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remadja Rosdakarya, 2006), Hlm. 111-

Pertama adalah Pendekatan politik-ekonomi (*The Political-Economy Approach*) isi media ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media. Faktor-faktor inilah yang akan menentukan mana dan apa saja yang akan diinformasikan oleh media serta kemana arah kecendrungan pemberitaan sebuah media itu akan diarahkan.

Kedua adalah Pendekatan Organisasi (*Organizational Approach*). Dalam pendekatan ini, berita dilihat sebagai hasil dari mekanisme yang ada dalam ruang redaksi. Pendekatan organisasi justru melihat pengelola media sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan dan produksi berita.

Ketiga adalah Pendekatan Kulturalis (*Culturalies Approach*). Pendekatan ini merupakan gabungan dari kedua pendekatan di atas. Proses produksi berita dilihat sebagai mekanisme yang rumit yang melibatkan faktor internal media. Maka diperlukan dialog untuk menentukan berita dan tidak bisa terlepas dari kekuatan politik ekonomi diluar media.

2. Foto jurnalistik sebagai media dakwah

Buku-buku tentang foto jurnalistik, seperti Buku Audy Mirza Alwi: *Foto Jurnalistik*, Buku Yulian Ardiansyah: *Tips dan Trik Fotografi*, Buku Grian Giwanda: *Panduan Praktis Menciptakan Foto Menarik* yang penulis baca dan penulis jadikan sebagai referensi

dalam penulisan skripsi ini, belum ada disinggung tentang foto jurnalistik sebagai media dakwah.

Penulis buku-buku foto jurnalistik tersebut lebih banyak membahas tentang sejarah, model, cara mendapatkan foto yang bagus dan layak muat di media cetak. Teori tentang menafsirkan foto, belum disinggung dalam buku-buku tersebut.

Penulis buku-buku tersebut, mengakui betul bahwa mengartikan atau menafsirkan makna pesan yang ada dalam foto jurnalistik atau yang terpublikasikan ke publik adalah hak *frerogatif* dari fotografer dan pembaca foto.

Foto jurnalistik apabila sudah dimuat di media, secara otomatis foto tersebut menjadi hak publik, yang bisa melahirkan penafsiran berbeda-beda. Sama persis dengan beberapa hasil tafsir Al-Qur`an yang memiliki beribu macam hasil penafisran, tergantung siapa yang menafsirkannya. Sesuai dengan konteks zaman dan tempat penafsir itu hidup.

Hamzah Ya`kub dalam bukunya, *Publisistik Islam, Teknik Da`wah dan Leadership* menyinggung bahwa foto adalah salah satu media dakwah, namun Hamzah juga tidak membahas secara detail dan *komprehensif* tentang foto yang bisa dijadikan sebagai media dakwah, seperti apa, kemudian bagaimana cara seorang *da`i* menjadikan foto sebagai media dakwah sama sekali tidak dibahas.

Akan tetapi dari semua penulis buku-buku yang penulis sebut di atas tidak ada yang mengingkari bahwa foto jurnalistik adalah salah satu media komunikasi. Foto jurnalistik sebagai media dakwah merupakan salah satu bentuk proses komunikasi dakwah melalui media massa cetak.²⁸

Komunikator dakwah melalui media massa baik cetak maupun elektronik adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam media itu sendiri.

Foto jurnalistik bisa dijadikan sebagai media dakwah apabila mempunyai nilai-nilai dakwah dan jauh dari unsur-unsur pornografi dan kekerasan berbentuk sara. Visualisasi pesan agama melalui media foto diharapkan akan mempermudah *mad'u* dalam menumbuhkan sikap keberagamaannya. Karena foto adalah salah satu media komunikasi visual, maka pesan-pesan yang akan disampaikan melalui foto tersebut harus berupa stimulus yang mampu merangsang dan merubah pola pikir pembacanya.

Pemanfaatan foto jurnalistik sebagai media dakwah, bisa merujuk kepada model dakwah kultural *wali songo* yang menggunakan wayang kulit untuk memperkenalkan agama Islam kepada masyarakat Jawa. Semua perangkat pendekatan psikologis yang efektif untuk mempengaruhi masyarakat dimanfaatkan

²⁸ Totok Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1999), Hlm. 39

sepenuhnya oleh para wali.²⁹ Da`i masa kini seyogyanya mengikuti tradisi para pendahulunya, salah satu media yang bisa digunakan dalam berdakwah adalah foto jurnalistik.

Empati, nurani merupakan hal yang amat penting dan sebuah nilai yang harus ada dalam diri jurnalis foto. Dalam konteks penelitian ini, jurnalis foto sekaligus menjadi *da`i* yang menyeru masyarakat kepada jalan kebenaran yang di ridhai Allah Swt.

Seorang jurnalis foto atau *da`i* harus bisa menggambarkan kejadian sesungguhnya lewat karya fotonya, intinya foto yang dihasilkan harus bisa bercerita. Sebuah foto harus dapat menjawab rasa kehausan informasi sekaligus menyentuh nilai kemanusiaan yang terpenuhi berdasarkan standar kecepatan dalam merekam peristiwa serta menyampaikan isu. Satu hal yang harus dikandung oleh sebuah foto jurnalistik yaitu orisinal dan bukan hasil rekonstruksi termasuk rekayasa komputer grafis.

Foto jurnalis juga harus menyertakan teks atau keterangan mengenai isi pesan dakwah dari foto jurnalistik tersebut. Langkah ini adalah untuk mempermudah pembaca atau *mad`u* memahami isi atau pesan dakwah yang ada dalam setiap foto yang dipublikasikannya. Sebab foto tanpa teks, hanyalah gambar yang bisa dilihat tanpa diketahui apa pesan atau informasi dibalikinya.³⁰

²⁹ Andy Dermawan (ed.), *Metodologi Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: LESFI, 2002), Hlm. 171.

³⁰ Audy Mirza Alwi, *Op.cit*, Hlm. 6.

Sedangkan untuk mendapatkan pesan dakwah pada foto jurnalistik yang ada di Tabloid Dialog Jumat edisi Muharram 1429 H. Langkah *pertama* adalah Penulis akan menggunakan materi dakwah menurut M. Natsir. Teori ini akan penulis gunakan untuk menganalisa pesan dakwah yang ada dalam setiap foto jurnalistik tersebut, kemudian penulis korelasikan dengan metode analisa pesan *semiotika* komunikasi periklanan model Roland Barthes yaitu³¹

- a. *Pesan linguistik*. Pesan yang terdapat pada kalimat yang dicantumkan pada foto, baik denotatif maupun konotatif.
- b. *Pesan Ikonik*. Pesan yang terkodekan, ini merupakan konotasi visual yang diturunkan dari penataan elemen-elemen visual dalam foto jurnalistik.
- c. *Pesan ikonik*. Pesan yang tidak terkodekan. denotasi harfiah pemahaman langsung dari foto dan pesan dalam *caption*, tanpa mempertimbangkan kode sosial yang lebih luas

Kedua penulis akan menganalisis teks foto-foto jurnalistik yang ada di tabloid dialog jumat apakah foto-foto tersebut telah mengandung 5W+1H yaitu *Who, What, Where, When, Why, How*.³²

³¹ Alex Sobur, *Op.cit*, Hlm. 119

³² Audi Mirza Alwi, *Op.cit*, Hlm. 7

3. Tinjauan tentang materi dakwah

Materi dakwah merupakan pesan-pesan yang harus disampaikan dalam dakwah. Ada beberapa materi dakwah yang harus disampaikan oleh juru dakwah kepada objeknya yaitu: Permasalahan Aqidah, akhlaq, syari'ah, mu'amalah, ibadah, dasar-dasar ilmu dan teknologi, serta anjuran-anjuran atau ancaman.³³

Dalam setiap dakwah, seorang penyeru dakwah harus menguasai materi-materi yang ada dalam pesan dakwah. Materi-materi tersebut harus sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Rasulullah Saw.

Risalah yang dibawa oleh nabi Muhammad Saw itu berupa ajaran Islam yang universal dan bersifat *rahmatan lil `alamin*. Semua materi-materi dalam pesan dakwah itu harus mudah diaplikasikan oleh setiap *mad`u*, maka dalam risalah tersebut paling tidak ada tiga materi yang harus disampaikan kepada *mad`u*.

- a. Materi dakwah itu harus berkaitan dengan masalah *hablum minallah* (hubungan seorang hamba kepada Tuhannya).
- b. Materi dakwah itu harus berkaitan dengan masalah *hablum minannaas* (hubungan seorang hamba dengan hamba yang lainnya).

³³ Salahuddin Sanusi, pembahasan sekitar prinsip-prinsip dakwah Islam, (Semarang: CV. Rahmadani, 1964) Hlm. 111.

c. Materi dakwah itu harus mencakup diantara kedua materi tersebut, yakni harus *tawazun* (seimbang antara *hablum minallah* dan *hablum minannaas*).³⁴

Pesan dakwah yang akan disampaikan oleh juru dakwah paling tidak mencakup yang tiga bagian diatas, materi dakwah menurut Natsir ini bisa melahirkan prinsip hidup umat yang bersifat *rahmatan lil`alamin*.

Pesan-pesan universal dakwah Islam ini bisa diwujudkan dalam bentuk visual, tentu pesan yang akan divisualkan tersebut harus mencakup kegiatan manusia dengan penciptanya, sesama manusia lainnya dan manusia dengan alam lingkungannya.

4. Tinjauan tentang foto jurnalistik

Dalam komunikasi visual, foto termasuk sebagai salah satu media komunikasi yang sangat dahsyat pengaruhnya kepada pembaca. Foto-foto dalam dunia jurnalistik dikenal sebagai gambar nyata dari sebuah realitas kehidupan. Ada istilah yang terkenal dalam dunia jurnalistik bahwa *one picture one thousand word* (satu foto seribu kata).

Dalam dunia persuratkabaran foto merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mempengaruhi khalayak atau pembaca setelah rubrik opini dan artikel. Sikap dan bahkan perilaku publik dapat digerakkan dengan bantuan gambar atau foto. Sebab gambar atau foto

³⁴ M. Natsir. Fiqhud Da`wah. Hal. 36.

merupakan pesan-pesan yang hidup sekaligus menghidupkan deskripsi verbal lainnya. Karena itu, surat kabar dan media cetak lainnya akan menjadi lembaran-lembaran mati yang membosankan pembaca jika hadir tanpa foto.³⁵

Media visual seperti surat kabar, buku, atau poster, jauh lebih cepat menimbulkan atensi atau perhatian serta lebih mudah dipahami maksudnya oleh pembaca bila dibandingkan dengan pesan yang disampaikan melalui rangkaian kata-kata secara verbal.

Keberadaan foto dalam surat kabar atau tabloid dan majalah bagaikan etalase yang menyajikan tawaran kepada pembaca untuk memasuki ruang-ruang yang ada, bahkan foto berperan untuk mempercantik tampilan wajah surat kabar atau media cetak lainnya dan membuat pembaca tidak lelah.

Foto mempunyai satu variasi yang sama sekali lain dengan tulisan, yang hanya berisi huruf-huruf, foto berperan penting sebagai penunjang keindahan dan daya tarik sebuah media cetak. Tapi tidak semua foto bisa ditampilkan lewat media cetak atau surat kabar, majalah dan tabloid.

Foto jurnalistik umumnya berfungsi sebagai pelengkap kandungan isi berita dan mempunyai peranan penting dalam bidang

³⁵ As Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita Dan Feature*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), Hlm. 79.

jurnalistik, ibarat masakan, foto dalam surat kabar atau majalah dapat diumpamakan sebagai bumbu penyedap.³⁶

Foto jurnalistik merupakan salah satu produk jurnalistik yang dihasilkan oleh wartawan selain tulisan yang berbau berita (*Straight news* atau *Hard news*, berita bertafsir, berita berkedalaman atau *deep reports*) maupun non berita (artikel, feature, tajuk rencana, pojok, karikatur dan surat pembaca). Sebagai produk dalam pemberitaan, tentunya foto jurnalistik memiliki peran penting dalam media cetak maupun *cyber* media (internet). Jadi karya foto jurnalistik sudah mendapat pengakuan sebagai karya jurnalistik dalam bentuk visual untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.³⁷

Pada dasarnya, semua foto yang dimuat di media massa disebut sebagai foto jurnalistik, termasuk foto-foto peristiwa yang tampil di media maya seperti internet. Artinya semua produk foto yang mempunyai nilai berita bisa disebut sebagai foto jurnalistik. Akan tetapi tidak semua foto bisa ditampilkan lewat media. Ada beberapa syarat-syarat yang harus dipenuhi apabila foto tersebut akan dimuat di media diantaranya adalah: Memiliki nilai kejelasan (*clarity*) tentang kejadiannya, ada nilai kejutannya (*surprise*), ada nilai

³⁶ Patmono SK, *Teknik Jurnalistik Tuntunan Praktis Untuk Menjadi Wartawan*, (Jakarta: PT.BPK Gunung Mulia, 1993), Hlm. 107.

³⁷ *Ibid*, http://images.kompas.com/index_articles.php

kedekatan (*proximity*) secara geografis, serta memiliki dampak (*impact*) dan komplik personalnya.³⁸

Dalam buku foto jurnalistik yang ditulis oleh Audy Mirza Alwi dijelaskan bahwa ada sembilan jenis foto jurnalistik.³⁹

1. Spot News (Berita Hangat) adalah foto rekaman beragam peristiwa yang langka dan dapat mengubah sejarah dunia, seperti foto bencana alam, kecelakaan yang merenggut ratusan jiwa, aksi terorisme.
2. General News (Berita Umum) adalah foto rekaman peristiwa yang terjadwal, seperti foto-foto kunjungan presiden, foto kunjungan Bupati Sleman ke Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, peresmian gedung, foto HUT negara.
3. Potraits atau People in the News (Fotret Dalam Segala Kondisi) adalah foto rekaman yang menyajikan karakteristik sesuai dengan hati subjek. Apakah subjek dalam keadaan sedih, gembira. Seperti orang menangis karena kehilangan saudaranya saat perang atau sedang gembira setelah menang dalam suatu perlombaan.
4. Daily Life (keseharian) adalah foto rekaman beragam kegiatan manusia sehari-hari. Kategori foto ini tidak terikat dengan unsur kehangatan berita. Hal yang diutamakan dalam kategori foto ini adalah segi keunikan, humor, maupun perjuangan seseorang dalam

³⁸ Asep Syamsul Ramli, *Op.cit*, Hlm.132.

³⁹ *Ibid*, Hlm. 7

menjalani kehidupan sehari-hari, seperti aktivitas pedagang asongan, pekerja bangunan, dan nelayan. tentang kehidupan sehari-hari manusia dipandang dari sudut kemanusiaannya (*Human Interest*).

5. Sport Photo (foto olahraga) adalah foto rekaman beragam event olah raga seperti turnamen sepak bola piala Eropa dan perlombaan balap mobil formula One.
6. Science and Technology Photo adalah foto rekaman peristiwa ilmu pengetahuan dan teknologi, seperti foto penerbangan pesawat ulang alik dan operasi kembar siam.
7. The Art and Culture Photo (Seni dan Budaya) adalah foto rekaman kegiatan seni dan budaya. Seperti foto acara Gerebeg Sekaten, foto pertunjukan tari.
8. Nature and Environment (Alam dan Lingkungan) adalah foto rekaman peristiwa yang berhubungan dengan alam dan lingkungan, seperti foto peristiwa Gunung meletus, Banjir, kebakaran Hutan.
9. *Feature* adalah foto rekaman kejadian yang masih berkaitan dengan beberapa kategori diatas. Foto feature bukan sekadar snapshot, tapi ada upaya wartawan untuk memilih sudut pandang yang khas dan bukan sekadar didikte oleh peristiwa itu sendiri, sehingga memberi makna lebih dalam terhadap sebuah peristiwa. Seperti saat terjadi kebakaran, wartawan tidak hanya memotret api yang menyala dan petugas pemadam kebakaran yang berusaha

menjinakkan si jago merah, tapi wartawan juga memotret ekspresi pemilik rumah yang sedih kehilangan tempat tinggalnya. Biasanya foto jenis ini berfungsi untuk mendukung suatu artikel.

Arbain Rambey (fotografer Kompas) mengklasifikasikan foto yang layak muat pada sebuah media cetak kedalam beberapa kategori yang keseluruhannya memang termasuk foto jurnalistik:⁴⁰

1. Foto *Hard News*. Foto jenis ini misalnya foto bentrokan mahasiswa dengan aparat di depan DPR, atau foto Gunung Merapi meletus, atau foto pengungsi Sampit mendarat di Surabaya. Foto jenis ini bersifat mendesak untuk dimuat di media cetak sesegera mungkin. Sama seperti berita, foto jenis ini punya masa pakai terbatas. Artinya kalau tidak dipublikasikan langsung, beritanya bisa basi dan tidak menarik.
2. Foto *Headshot* dan *Portrait* yaitu foto orang untuk menguatkan berita atau untuk memberitahukan kepada pembaca tentang wajah seseorang. Dengan tulisan, kita tidak mungkin menggambarkan wajah orang walau dengan sejuta kata. Namun dengan sebuah foto, wajah orang mudah diberitakan.
3. Foto *Features* adalah foto yang tidak basi oleh waktu. Pemuatan foto features ini bisa kapan-kapan tergantung sang media. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian feature adalah karangan

⁴⁰ Arbain Rambey, *Foto jurnalistik, Gabungan Gambar dan Kata*, diakses dari [http://jurnalistikuinsgd.wordpress.com/2007/12/10/foto-jurnalistik-gabungan-gambar-dan-kata/tanggal 04 -3-08](http://jurnalistikuinsgd.wordpress.com/2007/12/10/foto-jurnalistik-gabungan-gambar-dan-kata/tanggal%2004-3-08)

yang melukiskan suatu pernyataan dengan lebih terinci sehingga apa yang dilaporkan itu hidup dan tergambar dalam imajinasi pembaca.⁴¹

Model foto jurnalistik jenis ini, memiliki kedudukan yang sangat penting dalam setiap surat kabar, tabloid dan majalah. Karena foto feature adalah sebagai penunjang penting dalam menjadikan surat kabar sebagai media hiburan (*entertainment*) disamping surat kabar memberi informasi dan pendidikan. Feature memiliki lima fungsi, *Pertama* feature sebagai pelengkap sekaligus variasi sajian berita langsung (*Straight News*). *Kedua* feature sebagai pemberi informasi yang menarik tentang suatu situasi, keadaan, atau peristiwa yang terjadi. *Ketiga* feature sebagai penghibur atau sarana rekreasi dan pengembangan imajinasi yang menyenangkan. *Keempat* feature sebagai pemberi nilai dan makna terhadap suatu peristiwa. *Kelima* feature sebagai wahana ekspresi yang efektif dalam memengaruhi khalayak.

Feature dikelompokkan menjadi enam jenis: *Pertama* feature minat insani (*Human Interest Feature*). Feature jenis ini termasuk yang paling efektif dalam menyentuh emosi, dan psikologi pembaca yang *anonim* dan *heterogen*. *Kedua* feature sejarah (*hystorical feature*). Feature jenis ini berusaha melakukan rekonstruksi peristiwa masa lalu tidak saja dari sisi fakta benda-

⁴¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), Hlm. 350.

benda tetapi juga mencakup sisi manusiawinya yang selalu mengundang simpati dan empati pembaca. *Ketiga* feature biografi (*Biographical Feature*). Feature jenis ini berusaha mengangkat riwayat hidup publik figur atau orang-orang yang mempunyai jasa terhadap nusa dan bangsa. *Keempat* feature perjalanan (*Travelogue Feature*). Feature jenis ini berusaha mengajak pembaca untuk mengenali lebih dekat tentang suatu kegiatan atau tempat-tempat yang memiliki daya tarik tertentu. *Kelima* feature petunjuk praktis (*How To Do Feature*), feature jenis ini berusaha mengajar pembaca tentang bagaimana cara mengerjakan sesuatu. Seperti cara bercocok tanam yang baik, cara merawat kendaraan supaya tetap bagus. *Keenam* feature ilmiah (*Scientific Feature*), feature jenis ini mengungkap sesuatu yang berkaitan dengan dunia ilmu pengetahuan.⁴²

Menurut Sutirman Eka Ardana semua jenis feature tersebut bisa dijadikan media dakwah, jika disertai dengan muatan ajaran dan nilai-nilai agama. Apabila didalam foto *feature* tersebut memuat nilai-nilai dakwah maka foto *feature* tersebut bisa dinamakan foto *feature* Islami.⁴³

4. Foto Ilustrasi adalah foto yang paling rendah kelasnya dalam foto jurnalistik. Kalau perlu, tidak jadi dimuat juga tidak apa-apa. Jenis

⁴² As Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita Dan Feature*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), Hlm 161-165.

⁴³ Sutirman Eka Ardana, *Jurnalistik Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), Hlm 39.

ini misalnya foto orang main *Play Stations* untuk melengkapi tulisan tentang wabah *Play Station*.

5. Nilai-nilai berita dalam foto jurnalistik

Kelompok kerja Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) bidang foto jurnalistik telah membuat suatu rumusan untuk menilai sebuah foto jurnalistik yang dilihat dari kuat lemahnya sosok penampilan berita foto ialah.⁴⁴

1. Kehangatan atau Aktual

Sesuai dengan prasyarat umumnya sebuah berita, subyeknya bukan merupakan hal basi, sehingga betapapun suksesnya pengambilan sebuah foto bila tidak secepatnya dipublikasikan, sebuah foto belumlah memiliki nilai berita.

2. Faktual

Subyek foto tidak dibuat-buat atau dalam pengertian diatur sedemikian rupa rekaman peristiwa terjadi spontan sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya, karena ini berkaitan dengan suatu kejujuran.

3. Informatif

Foto mampu tampil dan dalam lebatan yang dapat ditangkap apa yang ingin diceritakan di situ, tanpa harus dibebani oleh sekeranjang kata. Pengertian informatif bagi tiap foto perlu

⁴⁴ <http://www.kompasimages.com>. diakses tanggal 02 Januari 2008 M

ukuran khas. Sedikit berbeda dengan sebuah penulisan yang menuntut unsur 5W + 1H dalam suatu paket yang kompak, maka dalam sebuah foto jurnalistik minimal unsur who (siapa), why (mengapa) jika itu menyangkut tokoh dalam sebuah peristiwa. Dan keterangan selanjutnya untuk melengkapi unsur 5W + 1H (sebagai pelengkap informasi) ditulis pada keterangan foto (caption).

4. Misi

Sasaran esensial yang ingin dicapai oleh penyajian berita foto dalam penerbitan, mengandung misi kemanusiaan—merangsang publik untuk menghargai apa yang patut dihargai atau sebaliknya menggugah kesadaran mereka untuk memperbaiki apa yang dianggap merusak.

5. Gema

Gema adalah 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. Aktraktif

Menyangkut sosok grafis foto itu sendiri yang mampu tampil secara mengigit atau mencekam, baik karena komposisi garis atau warna yang begitu terampil maupun ekspresif dari subyek utamanya yang amat dramatis.

Selain nilai-nilai yang diatas, masih ada beberapa kriteria nilai berita dalam sebuah media. Diantaranya adalah:

1. Nilai Aktualitas (*timelines*) berita yang ditampilkan harus baru bukan berita basi, karena berita ibarat es yang mudah meleleh bersamaan dengan berlalunya waktu maka nilainya juga semakin berkurang.
2. Nilai Keterkenalan (*prominence*) berita dari keterlibatan orang terkenal.
3. Nilai Dampak (*consequency*) berita sering disebut sejarah yang tergesa-gesa. Dalam ungkapan tersebut tersirat nilai dampak yang dimiliki oleh suatu berita terhadap pelakunya.
4. Nilai *Human Interest*. Berita yang ditampilkan adalah memiliki nilai simpati empati, dan menggugah perasaan khalayak pembaca.
5. Nilai Kedekatan (*proximity*) berita mengandung unsur kedekatan dengan pembaca, seperti unsur kedekatan emosional (agama, ras, suku, dan sebagainya).

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian: penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁴⁵ Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif yakni penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Penelitian ini dilakukan dengan menempuh langkah-langkah pengumpulan data, klasifikasi data, analisis data dan membuat kesimpulan.⁴⁶ Jalaluddin Rahmat menegaskan bahwa penelitian deskripsi hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.⁴⁷
2. Subjek Penelitian: Subjek penelitian ini adalah redaktur foto Harian Umum Republika.s
3. Obyek Penelitian: Adapun objek dari penelitian ini adalah foto jurnalistik di Tabloid Dialog Jumat Harian Umum Republika edisi bulan Muharram 1429 H yang mempunyai dua kriteria:
 - a. Foto yang bernilai jurnalistik.
 - b. Foto yang bernilai pesan-pesan dakwah.

⁴⁵ Lexly J, Moloeng *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2005), Hlm. 4

⁴⁶ Sokidjo Notoatmodjo, *Metode Penelitian Deskriptif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), Hlm.138.

⁴⁷ Jalaludin Rahmat, *Metode Penelitian komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), Hlm. 136.s

4. Sumber data penelitian

- a. Data primer adalah data yang langsung dari sumber data. Data primernya didapat dari redaktur foto Harian Umum Republika secara langsung. Data primer berupa foto-foto jurnalistik yang terdapat di tabloid Dialog Jumat Harian Umum Republika selama empat edisi bulan Muharram 1429 H.
- b. Data sekunder adalah data yang telah lebih dulu dikumpulkan diluar diri penyelidik sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data asli. Data sekunder didapat dari buku-buku, makalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Langkah-langkah penelitian.

Dalam penelitian ini langkah yang digunakan dalam pengumpulan data adalah:

- a. Dokumentasi adalah suatu metode ilmiah dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data-data baik itu data primer maupun data sekunder. Sumber utama metode ini adalah dari objek penelitian.⁴⁸ Metode dalam mendapatkan dokumentasi primer adalah mengumpulkan semua foto jurnalistik yang terdapat dalam tabloid Dialog Jumat selama empat edisi bulan Muharram 1429 H.
- b. Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang. Dengan melibatkan seseorang yang ingin mendapatkan informasi dari

⁴⁸ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, jilid I dan II (Yogyakarta: Andy Opset, 1989), Hlm. 136.

seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu.⁴⁹ Metode ini digunakan untuk melengkapi data-data yang telah diperoleh dari metode dokumentasi, metode wawancara dilakukan kepada subjek penelitian.⁵⁰ Dalam hal ini redaktur foto Harian Umum Republika. Metode wawancara digunakan karena ini memiliki kelebihan dalam menggali data seluas-luasnya dari subjek penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah menyederhanakan data dalam bentuk yang lebih mudah difahami dan bertujuan untuk menuturkan, mengklasifikasikan, menganalisa dan menginterpretasikan arti data. Dengan menggunakan beberapa langkah, antara lain.

- a. Data diklasifikasikan sesuai dengan kerangka teoritik yang berkaitan dengan jenis foto jurnalistik di Tabloid Dialog Jumat. Proses klasifikasi terhadap data ini dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah proses selanjutnya, yakni tahapan analisis.
- b. Menganalisis data yang sudah diklasifikasikan dengan cara ditafsirkan dan dikomparasikan dengan hasil wawancara bersama subjek penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah.

⁴⁹ Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Ilmu Komunikasi dan ilmu sosial*, (Bandung: Remadja Rosdakarya, 2002), Hlm. 180.

⁵⁰ *Ibid.* Hlm. 146.

I. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan: Penegasan judul, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Teoritik, Metode Penelitian, Sistematika pembahasan

Bab II Gambaran umum foto jurnalistik di Tabloid Dialog Jumat, Klasifikasi model foto jurnalistik di Tabloid Dialog.

Bab III Temuan dan Analisis: Pemilihan foto jurnalistik di Tabloid Dialog Jumat, Deskripsi pesan dakwah foto jurnalistik di Tabloid Dialog Jumat.

Bab IV Penutup: Kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis mendeskripsikan dan menganalisis pesan dakwah foto-foto jurnalistik yang ada di Tabloid Dialog Jumat edisi bulan Muharram 1429 H. Penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa gambaran dari foto jurnalistik yang bisa dijadikan media dakwah adalah sebagai berikut:

1. Foto jurnalistik tersebut harus mengandung pesan-pesan dakwah Islamiyah yang mendeskripsikan tentang *hablum minallaah, hablum minannaas* (foto jurnalistik yang berkaitan dengan aksi sosial).
2. Foto jurnalistik tersebut tidak mengandung unsur-unsur pornografi, unsur-unsur konflik bernuansa sara (suku, agama dan ras).
3. Foto jurnalistik harus memiliki nilai-nilai aktualitas (*timelines*), nilai keterkenalan (*prominence*), nilai dampak (*consequency*), nilai *human interest*, nilai kedekatan (*proximity*) dengan pembaca, seperti unsur kedekatan emosional (agama, ras, suku).
4. Foto Jurnalistik sebagai media dakwah harus mudah difahami dan dimengerti oleh semua pembaca, dengan kata lain semua foto jurnalistik yang akan dipublikasikan sebagai media dakwah itu harus mencakup 5 W+1H.

B. Saran

Tabloid dialog jumat adalah salah satu suplemen berita mingguan yang disuguhkan redaksi harian umum Republika kepada pembacanya dan tabloid ini adalah suplemen yang dikhususkan untuk Informasi tentang kegiatan-kegiatan religius yang dilakukan oleh kaum muslim di Indonesia khususnya dan dunia Islam pada umumnya.

Oleh sebab itu, sebagai wadah informasi tentang kegiatan ke-Islaman. Saran penulis untuk redaksi tabloid dialog jumat adalah sebaiknya foto-foto yang dipublikasikan tersebut adalah foto-foto yang tidak mudah mengundang emosi kasar pembaca, seperti foto yang berkaitan dengan penolakan terhadap keberadaan Ahmadiyah, penulis khawatir terhadap efek negatif dari foto-foto seperti itu, seperti sikap anarkis sebagian masyarakat muslim terhadap kelompok ahmadiyah di berbagai daerah Indonesia lainnya.

Saran penulis, sebaiknya foto-foto yang dipublikasikan di Tabloid Dialog Jumat itu adalah hal-hal yang berkaitan dengan aksi sosial kemasyarakatan yang dilakukan oleh umat Islam dan tokoh-tokoh publik negara ini.

Foto jurnalistik adalah sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan secara persuasif. Pesan dakwah mestinya perlu di kodifikasi dengan memanfaatkan media sesuai dengan kemajuan teknologi informasi.

Foto jurnalistik sebagai salah satu media komunikasi visual sangat memungkinkan untuk dijadikan sebagai media dakwah, karena foto mempunyai kekuatan yang lebih dahsyat dibandingkan dengan kata-kata,

saran penulis kepada para pemilik media untuk tidak segan memuat pesan-pesan agama melalui media foto.

Kemudian bagi para juru dakwah, saran penulis adalah supaya lebih kreatif untuk mengemas pesan-pesan Tuhan melalui media, seperti melalui media foto jurnalistik.



DAFTAR PUSTAKA

Abadi Mustakim. *“Fungsi fotografi dalam berita”* (Studi Headline News Di SKH Bernas Yogyakarta) Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga 2007 tidak dipublikasikan.

Andy Dermawan, *Ibda Bi Nafsika Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005.

-----, (ed.), *Metodologi Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: LESFI, 2002)

-----, 2008 *”Dakwah Partisipatoris Ikhtiar Membangun Harmonisasi Religiusitas Dalam Konteks Ke-Indonesiaan”*, makalah Diskusi Publik Refleksi Hijrah Nabi 1429 H Bersama Lembaga Dakwah Masjid UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 15-01-08

Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2006.

Arbain Rambey, *Foto Jurnalistik, Gabungan Gambar Dan Kata*, Diakses Dari [http://Jurnalistikuinsgd.Wordpress.Com/2007/12/10/Foto-Jurnalistik-Gabungan-Gambar-Dan-Kata/Tanggal 04 -3-08](http://Jurnalistikuinsgd.Wordpress.Com/2007/12/10/Foto-Jurnalistik-Gabungan-Gambar-Dan-Kata/Tanggal%2004-3-08)

Asep Syamsul M.Romli, *Jurnalistik Dakwah Visi dan misi dakwah Bil-Qalam*, Rosdakarya: Bandung, 2003

Ashadi Siregar. *Etika Komunikasi*. Yogyakarta, Pustaka Book Publisier. 2006.

As Haris Sumadiria. *Jurnalistik indonesia menulis berita dan feature panduan praktis Jurnalis profesional*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2006.

Audy Mirza Alwi, *Foto Jurnalistik*, Jakarta, Bumi Aksara. 2004

Anton Bakker, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Kanisius, 1992

Dawam Raharjo, *Ensiklopedi Al-Qur`an Tafsir Sosial Berdasarkan Konsep Kunci*, Jakarta: Paramadina, 1996

Hamzah Ya`kub, *Publisistik Islam Teknik Da`wah dan Leadership*, Bandung: CV Diponegoro, 1981.

Haryatmoko. *Etika Komunikasi "Manipulasi Media, Kekerasan, Dan Pornografi"*. Kanisius Yogyakarta. 2007.

Iis Aisyah Munawaroh. " *Analisis isi kolom taushiyah AA Gym*" (Rubrik MQ Tabloid Dialog Jum`at Republika).Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2007/1428 H. Tidak dipublikasikan.

Jalaludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000.

Kompas. 11 Juni 2008. *Fotografi Digital yang Peka Lingkungan*. Kolom Inspirasional.

M. Natsir, *Fihud Da`wah*, Solo, CV. Ramadhani,1986

Nuryati, *Pesan-pesan foto jurnalistik pasca gempa bumi* (Studi di SKH Bernas Yogyakarta) Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2007 Tidak dipublikasikan

Said Ali Al-Qahtan, *Da`wah Islam Da`wah Bijak*. Jakarta: Gema Insani Press, 1994.

Seri Pustaka Yustisia, *Hukum Jurnalistik "Himpunan Perundangan Mengenai Pers Dan Penyiaran"*.Pustaka Widyatama. Yogyakarta 2005.

Sokidjo Notoatmodjo, *Metode Penelitian Deskriptif*, Jakarta, Rineka Cipta, 2005

Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, jilid I dan II Yogyakarta: Andy Opset, 1989.

Sutirman Eka Ardana, *Jurnalistik Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.

Patmono SK, *Teknik Jurnalistik Tuntunan Praktis Untuk Menjadi Wartawan*, Jakarta, PT.BPK Gunung Mulia, 1993.

Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKIS 2007.

Prayanto W.H. *Digitalisasi Fotografi Dalam Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta, Jalasutra 2007

Wahyu Wibowo, *Sihir Iklan Format Komunikasi Mondial Dalam Kehidupan Urban-Kosmopolit*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.

www.kompasimages.com. diakses tanggal 02 Januari 2008 M

CURRICULUM VITAE

I. PERSONAL DATA

Nama : Fathur Rijal
Warga Negara : Indonesia
Tempat / tgl.lahir : Tibu Kesambik, Lepak, Sakra, Lombok Timur NTB, 31, 12, 1984
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Jenis kelamin : Laki-Laki
Kesehatan : Baik
Golongan darah : O
E-mile : Fathur_Mujaddid@Yahoo.co.id.
Alamat di Yogya : Sekretariat Masjid Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Jln. Laksda Adi Sucipto 55281
Telp : 08175429746

II. PENDIDIKAN

1991-1996 : SDN Di lombok Timur
1996-1999 : MTS Nahdlatul Wathan Di lombok Timur
1999-2002 : MA Nurul Hakim Di Lombok Barat
2002-2003 : Ma`had Ali Darul Fiqh Wa Dakwah Ponpes Nurul Hakim As-Salafi Di Lombok Barat
2003-2004 : L-DATA (Lembaga Dakwah dan Ta`lim)Di Lombok Timur.
2004-2005 : Ma`had Ali Bin Abi Thalib UMY (Tidak selesai)
2004-Selesai : D III Akademi Komunikasi Yogyakarta (Tidak selesai)
2004-2008 : S1 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

III. KARYA ILMIAH

1. Langkah Awal Menyelamatkan BBM (Artikel di SKH Kedaulatan Rakyat 2005)
2. Strategi Mengatasi Kenakalan Pelajar di Kota Yogyakarta (Hibah Penelitian Pemkot Yogyakarta 2008)
3. Foto Jurnalistik Sebagai Media Dakwah (Skripsi fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2008)
4. Mudik, Sarana Rekonsiliasi (Artikel di SKH Kedaulatan Rakyat 2008)

IV. PENGALAMAN KERJA DAN PELATIHAN

1. Asisten Instruktur Teknik Las Listrik Dan Gas di MA Keterampilan Nurul Hakim Kediri Lombok Barat. (2002-2003)
2. Bendahara Pelaksana Ta`mir Masjid Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2005-2007
3. Ketua umum Lembaga Dakwah Masjid Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2005-2007)
4. Koordinator Humas dan Kerjasama Pelaksana Ta`mir Masjid Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2007-2008
5. Pendidik Di Madrasah Mu`allimin Muhammadiyah Yogyakarta (sekarang/sedang).
6. Training Penelitian Keagamaan Dan Sosial di Lembaga Penelitian (LEMLIT) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2005)
7. Pelatihan Jurnalistik (kewartawanan) bersama Lembaga Pers Mahasiswa ARENA UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2005)
8. Anggota tetap *Limited Group* diskusi Ilmiah Dosen UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2004-sekarang)
9. Ketua umum Lembaga Dakwah Masjid Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2005-2007)
10. Tim Kaderisasi Forum Shilaturahmi Lembaga Dakwah Kampus Nasional (FSLDKN) Yogyakarta 2006-2007
11. Training Pertelevisian dan Jurnalistik Metro TV Yogyakarta 2007
12. Pendidikan Kader Politik Muhammadiyah (PDM Kota Yogyakarta 2007)

V. Organisasi

- ✓ Ikatan Pelajar Nahdlatul Wathan (IPNW) 1996-1999.
- ✓ Ikatan Alumni Ponpes Nurul Hakim Kediri Lombok Barat. NTB
- ✓ Corp Dakwah Islamiyah Sunan Kalijaga Yogyakarta 2004-2005
- ✓ Ikatan Pelajar dan Mahasiswa Selaparang Lombok Timur 2004-sekarang
- ✓ Ikatan Pelajar dan Mahasiswa NTB 2004-sekarang
- ✓ Corp Dakwah Pedesaan (CDP) Yogyakarta
- ✓ Lembaga Dakwah Masjid Kampus UIN Su-Ka (2004-sekarang)
- ✓ Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fak. Dakwah UIN Su-Ka 2006-sekarang



LAMPIRAN-LAMPIRAN

HASIL WAWANCARA DENGAN REDAKTUR FOTO HARIAN UMUM REPUBLIKA JAKARTA

Nama : Darmawan

Jabatan : Redaktur Foto republika

1. Apakah foto yang di publikasikan di tabloid dialog jumat itu murni hasil hunting dari wartawan Republika?

Jawaban:

Memang semua foto yang dipublikasikan di tabloid dialog jumat itu, ada yang difotret langsung oleh wartawan republika yang bertugas di lapangan. mereka biasanya setiap liputan ada yang membawa langsung kamera dan mengambil gambar sendiri Yang kedua foto dokumen milik Republika sendiri. Seperti foto wawancara dan manasik haji

2. Apakah redaksi tabloid dialog jumat menerima kiriman foto dari pembaca?

Jawaban:

Ya, ada beberapa foto di tabloid dialog jumat itu kiriman dari pembaca.

3. Bagaimana proses pemilihan foto yang berasal dari kiriman pembaca, apa ada kriteria khususnya?

Jawaban:

Otomatis foto itu dari segi fisiknya harus baik, teknisnya fokus. Kalau tidak bagus dan tidak layak itu tidak bisa ditampilkan.

4. Apakah ada misi dakwahnya?

Jawaban:

Setiap foto yang dimuat di tabloid dialog jumat itu mempunyai misi dakwah dan itu pasti, akan tetapi apakah pembaca mau mengikuti atau mencontoh pesan-pesan yang disampaikan dari foto-foto tersebut diserahkan kepada individu masing-masing, termasuk kepada subyek yang ada dalam foto tersebut.

5. Kalau menurut anda sendiri, apakah foto-foto itu bisa membangkitkan semangat? Seperti di tabloid dialog jumat pemuatan foto-foto publik pigur, seperti artis, menteri dan tokoh masyarakat lainnya.

Jawaban:

Yang jelaskan begini, apapun yang dimuat di tabloid dialog jumat ini tujuannya adalah untuk menjadi yang lebih baik. Apakah itu untuk orang yang terkait ataupun kepada orang yang membaca atau melihatnya. Apakah mereka hanya berniat untuk nampang aja di media ini atau tidak itu kembali kepada mereka niat yang bersangkutan.

6. Dalam memaknakan sebuah foto, apakah itu mutlak milik fotografer sendiri atau diserahkan kepada pembaca?

Jawaban:

Ada yang bilang bahwa foto itu lebih dari seribu kata, terkait dengan memaknai sebuah foto memang tidak bisa dihindari dari terjadinya multi tafsir, ini disebabkan karena foto-foto yang dilihat adalah foto-foto yang bernuansa human interest, potrait. Tapi tidak semua foto mengalami multi tafsir, misalnya foto orang atau profil seseorang tokoh, jadi tidak semua foto bisa dibilang mempunyai makna lebih dari seribu kata. Adapun foto-foto yang memiliki makna seribu kata adalah foto-foto yang memuat nilai-nilai Human Interest. Foto orang tidak bisa dikatakan mempunyai lebih dari seribu kata.

Jakarta-Yogyakarta 6-7 Juni 2008 M

Pewawancara

Fathur Rijal
NIM:04210088