

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Foto sebagai salah satu jenis gambar, menjadi media dalam penyampaian pesan yang efektif, terutama dalam sebuah berita yang dimuat. Dewasa ini, foto tidak bisa dipisahkan dari masyarakat modern, apalagi didukung dengan kecanggihan teknologi yang mana masyarakat semakin mudah dalam membuat foto yang diinginkan.

Dunia jurnalistik pun tak bisa lepas dari fotografi. Berita akan menjadi lebih lengkap karena disertakan foto yang menjelaskan peristiwa secara visual, melengkapi berita yang sudah dijelaskan melalui teks. Dalam sebuah media massa, foto sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari sebuah berita. Media massa terutama media cetak, hampir selalu menyertakan foto dalam beritanya, untuk melengkapi informasi dan berita yang mereka sampaikan. Hal ini tentu bertujuan untuk membuat masyarakat lebih memahami bagaimana situasi dan kondisi sesungguhnya dari sebuah peristiwa, dan pembaca dapat melihat keadaan sebenarnya walaupun tidak berada di lokasi kejadian.

Foto yang digunakan dalam sebuah berita dan digunakan untuk kepentingan jurnalistik disebut dengan foto jurnalistik. Wijaya (dalam Gani dan Kusumalestari, 2013 : 47) mendefinisikan foto jurnalistik sebagai foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu, dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin.

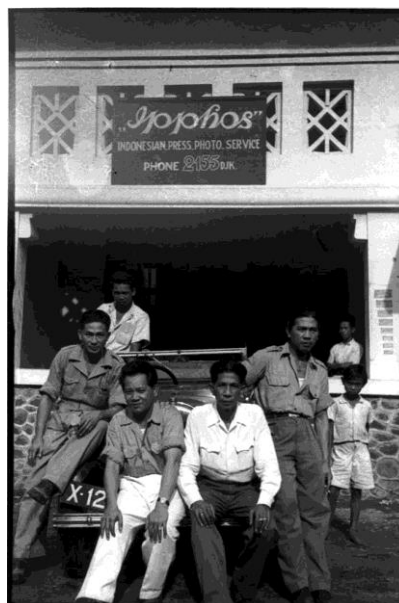
Embrio fotojurnalistik muncul pertama kali pada hari Senin tanggal 16 April 1877, saat surat kabar harian *The Daily Graphic* di New York memuat gambar yang berisi berita kebakaran hotel dan salon pada halaman satu. Terbitan ini menjadi tonggak awal adanya fotojurnalistik pada media cetak yang saat itu hanya berupa sketsa (Wijaya, 2011: 1).

Istilah fotojurnalistik dipopulerkan oleh Prof. Clifton Edom di AS tahun 1976 dengan bukunya “Photojournalism, Principles and Practices” dan lewat kuliah yang diampunya di Universitas Missouri (Wijaya, 2011: 6).

Percepatan pemakaian foto sebagai elemen berita secara besar-besaran dipacu oleh terbitnya majalah *LIFE* di Amerika Serikat sekitar tahun 1930-an. *Wilson Hick* adalah redaktur foto pertama di majalah tersebut selama 20 tahun, dan menjadi orang yang dianggap sebagai perintis kemajuan foto jurnalistik. Dari kepemimpinannya, lahirlah fotografer-fotografer kelas dunia, seperti *Eliot Elisofon*, *Edward Steichen*, dan *Robert Capa*. Selain itu, dasar-dasar foto jurnalistik pun lahir dari pemikirannya (Gani, Kusumalestari, 2013 : 46).

Fotografi sendiri masuk ke Tanah Air tahun 1841 oleh Juriaan Munich, seorang utusan kementerian kolonial lewat jalan laut di Batavia. Kita mengenal *Kassian Cephas*, seorang pribumi anak angkat pasangan Belanda dengan foto pertamanya yang diidentifikasi bertahun 1875 (Wijaya, 2011: 6).

Sejarah fotojurnalistik Indonesia diwakili agensi foto Indonesia Press Photo Service (IPPHOS). Saat kedatangan Jepang pada 1942 dalam misi penjajahan muncul kantor berita *Domei* sebagai alat propaganda. Adalah Mendur dan Umbas bersaudara sebagai fotografer yang merekam berbagai imaji pergerakan masyarakat pribumi dan situasi politik saat itu untuk kantor berita milik Jepang tersebut (Wijaya, 2011: 6).



Gambar 1.1

IPPHOS (*Indonesia Press Photo Service*)

Sumber: *google.com*, 2017

Jurnalisme foto saat ini pun tumbuh dan berkembang dengan cepat, dan terlebih didukung oleh kemajuan teknologi dan peralatan yang semakin mumpuni untuk mendukung proses jurnalisme foto.

Soelarko (dalam Gani dan Kusumalestari, 2013 : 46) menjelaskan bahwa ada 3 faktor yang menjadi penentu dari dasar kelahiran dan pertumbuhan jurnalisme foto, yaitu :

1. Rasa ingin tahu manusia yang merupakan naluri dasar, yang menjadi wahana kemajuan.
2. Pertumbuhan media massa sebagai media audiovisual yang memuat tulisan (atau uraian mulut) dan gambar (termasuk gambar uang hidup).
3. Kemajuan teknologi yang memungkinkan terciptanya kemajuan fotografi dengan pesat (termasuk perfilman dan video untuk pemberitaan).

Foto jurnalistik memegang peranan penting dalam sebuah berita, karena pengaruhnya yang besar untuk penyampaian pesan dan isi berita kepada khalayak. Foto jurnalistik inilah yang turut menjadi nyawa dari sebuah berita, menyampaikan pesan tanpa rekayasa, dan memiliki nilai berita sehingga pembaca sudah bisa mengetahui inti berita walaupun belum membaca isi berita secara keseluruhan.

Karena perannya tersebut, hanya dengan melihat dan memperhatikan foto yang ditampilkan dalam berita, pembaca sudah bisa mendapat inti dan isi berita walaupun belum membaca berita tersebut secara keseluruhan. Foto jurnalistik seakan menjadi pembuka yang baik dalam sebuah berita, menyampaikan isi tanpa adanya rekayasa sehingga menjadi sumber awal yang terpercaya. Pembaca dapat membaca isi berita secara keseluruhan untuk melengkapi pesan yang sudah disampaikan oleh foto dalam berita tersebut.

Dewasa ini, internet sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia modern. Dengan bantuan internet pula, para manusia modern ini menjadi lebih mudah dan cepat mendapatkan berita yang mereka butuhkan. Peristiwa atau kasus yang terjadi di satu sisi bumi dapat segera diketahui oleh masyarakat di sisi bumi yang lainnya, walaupun jarak geografis yang sesungguhnya bisa mencapai ribuan atau ratusan ribu kilometer jauhnya.

Masyarakat Indonesia pun menjadi bagian dari masyarakat dunia yang menggunakan internet. Menurut Internet World Stats, Indonesia menempati peringkat kelima pengguna internet terbanyak di dunia, berada di bawah China yang menempati peringkat pertama, India di peringkat kedua, Amerika Serikat di peringkat ketiga, dan Brazil di peringkat keempat (dikutip dari <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>).

TOP 20 COUNTRIES WITH THE HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS

TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - MARCH 31, 2017						
#	Country or Region	Population, 2017 Est.	Internet Users 31 Mar 2017	Internet Penetration	Growth (%) 2000 - 2017	Facebook 30 June 2016
1	China	1,388,232,693	731,434,547	52.7 %	3,150.8 %	1,800,000
2	India	1,342,512,706	462,124,989	34.4 %	9,142.5 %	157,000,000
3	United States	326,474,013	286,942,362	87.9 %	200.9 %	201,000,000
4	Brazil	211,243,220	139,111,185	65.9 %	2,682.2 %	111,000,000
5	Indonesia	263,510,146	132,700,000	50.4 %	6,535.0 %	88,000,000
6	Japan	126,045,211	118,453,595	94.0 %	151.6 %	26,000,000
7	Russia	143,375,006	104,553,691	72.9 %	3,272.7 %	12,000,000
8	Nigeria	191,835,936	93,591,174	48.8 %	46,695.6 %	16,000,000
9	Germany	80,636,124	71,727,551	89.0 %	198.9 %	31,000,000
10	Mexico	130,222,815	69,915,219	53.7 %	2,477.6 %	69,000,000
11	Bangladesh	164,827,718	66,965,000	40.6 %	66,865.0 %	21,000,000
12	United Kingdom	65,511,098	60,273,385	92.0 %	291.4 %	39,000,000
13	Iran	80,945,718	56,700,000	70.0 %	22,580.0 %	17,200,000
14	France	64,938,716	56,367,330	86.8 %	563.1 %	33,000,000
15	Philippines	103,796,832	54,000,000	52.0 %	2,600.0 %	54,000,000
16	Italy	59,797,978	51,836,798	86.7 %	292.7 %	30,000,000
17	Vietnam	95,414,640	49,741,762	52.1 %	24,770.9 %	40,000,000
18	Turkey	80,417,526	46,196,720	57.4 %	2,209.8 %	46,000,000
19	Korea, South	50,704,971	45,314,248	89.4 %	138.0 %	17,000,000
20	Thailand	68,297,547	41,000,000	60.0 %	1,682.6 %	41,000,000
TOP 20 Countries		5,038,740,614	2,738,949,556	54.4 %	914.7 %	1,051,000,000
Rest of the World		2,480,288,356	993,023,867	40.0 %	990.6 %	628,433,530
Total World Users		7,519,028,970	3,731,973,423	49.6 %	933.8 %	1,679,433,530

NOTES: (1) Top 20 Internet User Statistics were updated for March 31, 2017. (2) Growth percentage represents the increase in the number of Internet users between the years 2000 and 2017. (3) The most recent user information comes from data published by [Facebook](#), [International Telecommunications Union](#), official country telecom reports, and other trustworthy research sources. (4) Data from this site may be cited, giving the due credit and establishing a link back to www.internetworldstats.com. Copyright © 2017, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Gambar 1.2

Peringkat Pengguna Internet di Dunia

Sumber: <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>, 2017

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia pun setiap tahun bertambah pesat. Berdasarkan data Desember 2011, pengguna internet di Indonesia mencapai 55 juta orang (dikutip dari <http://tekno.kompas.com/read/2012/11/01/1110452/pengguna.internet.di.indonesia.capai.55.juta>). Pada 2014, menurut

lembaga riset pasar *e-Marketer*, populasi *netter* Tanah Air mencapai 83,7 juta orang (dikutip dari <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/pengguna.internet.indonesia.nomor.enam.dunia>).

Dikutip dari tekno.kompas.com, artikel dengan judul “2016, Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta” menjelaskan bahwa survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkap lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan sepanjang 2016 itu menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang.

Hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 lalu. Survei yang dilakukan APJII pada 2014 hanya ada 88 juta pengguna internet.

Data survei juga mengungkap bahwa rata-rata pengakses internet di Indonesia menggunakan perangkat genggam. Statistiknya sebagai berikut:

- 67,2 juta orang atau 50,7 persen mengakses melalui perangkat genggam dan komputer.
- 63,1 juta orang atau 47,6 persen mengakses dari *smartphone*.
- 2,2 juta orang atau 1,7 persen mengakses hanya dari komputer.

(dikutip dari <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>).

Media massa pun tak luput dari fenomena internet ini. Saat ini banyak media massa yang menggunakan internet sebagai medianya. Para pekerja media pun mulai membuat *website* berita dan berlomba-lomba untuk memuat berita yang *up to date* dengan cepat. Berbekal kekuatan internet yang cepat dan mudah diakses dimana saja, menjadikan media daring menjadi salah satu media massa baru yang digemari masyarakat modern saat ini. Hal itu pula yang menjadikan media berita di internet menjadi media massa yang tumbuh dan berkembang dengan sangat cepat, dan dengan segera bisa menjadi media yang diutamakan oleh masyarakat dalam hal mencari berita.

Media daring dinilai efektif, lebih mudah serta terjangkau dalam hal mencari informasi berita, apalagi dengan fakta bahwa internet sudah menjadi

bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern saat ini. Masyarakat bisa dengan mudahnya mencari informasi yang dibutuhkan dimanapun dan kapanpun, dan masyarakat pun bisa mencari informasi bahkan dari beberapa bulan atau tahun yang lalu, tanpa harus repot-repot mencari edisi mana yang memuat berita tersebut. Hanya dengan mencari di kolom *search* yang tersedia, para pembaca berita bisa dengan segera mencari berita yang mereka butuhkan.

Dengan banyaknya kemudahan untuk mendapatkan informasi yang masyarakat temukan di media daring, membuat media daring semakin disukai dan semakin banyak digunakan. Kepopuleran media daring ini ternyata cukup membuat minat masyarakat terhadap media cetak menurun.

Dikutip dari www.inet.detik.com, media online ternyata memang mulai menggeser media cetak. Hal itu dijelaskan dalam artikel yang berjudul “Media Online Mulai ‘Memangsa’ Media Cetak. *Yahoo* dan *TNS* telah mengumumkan hasil penelitian gelombang kedua Net Index. Salah satu hasil penelitian ini menyoroti bahwa tren pembaca media cetak perlahan mulai bergeser ke media *online*. Karthik Venkatakrishnan, *Business Director & Group Head TNS Indonesia* menjelaskan bahwa kini tren pembaca berita telah berubah dari cetak ke media *online*. Menurutnya, terkait dengan hal ini portal berita lokal juga menjadi salah satu kunci tren tersebut. Data tersebut menunjukkan lonjakan signifikan dalam pengaksesan berita *online* di tahun 2009 adalah 28 persen, dan meningkat menjadi 37 persen di 2010. Sementara penggunaan media cetak terus menurun (dikutip dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-1366831/media-online-mulai-memangsa-media-cetak>).

Berita-berita yang dimuat di media daring tentu menyertakan foto-foto sebagai pendukung pesan agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas oleh pembacanya. Dengan keunggulan kecepatan dalam hal memuat berita dan sangat mudah diperbaharui, hal ini juga menguntungkan pembaca dalam melihat foto peristiwa tersebut. Pembaca dapat membaca berita dan melihat foto di berita yang dimuat dalam media daring tersebut langsung pada saat peristiwa itu terjadi, sehingga masyarakat dapat segera memahami bagaimana situasi dan kondisi sebenarnya pada saat itu.

Indonesia pada bulan Maret tahun 2016 dihebohkan dengan adanya demonstrasi besar-besaran yang diadakan oleh supir taksi *Blue Bird*. Para supir taksi tersebut melakukan demonstrasi dan melakukan aksi mogok, terkait dengan protes mereka terhadap transportasi taksi daring, *Uber* dan *Grabcar* yang dinilai mematikan bisnis taksi konvensional dan menyalahi aturan pemerintah. Para supir taksi memaksa pemerintah untuk segera membekukan bisnis taksi daring tersebut.

Dikutip dari berita yang dimuat di laman print.kompas.com dengan judul “Demo Sopir Taksi Berlangsung Anarkitis”, dijelaskan bahwa ribuan sopir taksi mendatangi Gedung MPR/DPR, Selasa (22/3/2016), untuk menyuarakan aspirasi. Mereka menuntut perusahaan transportasi berbasis aplikasi daring yang bermitra dengan mobil pelat hitam, yaitu *Uber* dan *Grabcar* untuk segera ditutup. Mereka berorasi dan memarkir kendaraannya di sekitar Jalan Gatot Subroto dan Jembatan Semanggi. Pemarkiran ratusan taksi yang didominasi oleh taksi *Blue Bird* dan *Express* itu mengganggu lalu lintas, terutama ruas jalan ke arah Slipi dan Semanggi.

Mukhamad, koordinator Paguyuban Pengemudi Angkutan Darat (PPAD) wilayah timur, mengatakan, ada sekitar 20.000 orang yang berdemo di depan Gedung Parlemen, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), dan istana negara. Mereka mendesak DPR menggunakan haknya untuk menutup moda transportasi dengan aplikasi daring yang dituding menjadi calo dalam angkutan ilegal tak berizin. Aplikasi daring juga dituding melanggar Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.

Massa yang marah pun membakar ban, merusak spanduk iklan *Grabcar*, dan membakarnya. Massa juga melakukan *sweeping* terhadap pengemudi taksi yang masih mengangkut penumpang. Beberapa mobil taksi pun dipecah kacanya dan dirusak spionnya. Selain *sweeping* taksi yang beroperasi, penurunan penumpang mikrolet secara paksa di Terminal Kampung Melayu, Jakarta Timur juga merupakan salah satu aksi kalangan angkutan umum yang berlangsung pada demonstrasi terjadi.

Demonstrasi yang dilakukan oleh para sopir taksi juga mengganggu sistem transportasi umum di Jakarta. Demo sopir taksi tersebut mengganggu operasi bus-transjakarta di sejumlah koridor. Karena itu, Prasetya Budi dari Humas PT

Transportasi Jakarta (Transjakarta), menyampaikan rencana pengalihan rute bus di koridor-koridor yang terdampak demo (dikutip dari <http://print.kompas.com/baca/metropolitan/2016/03/22/Demo-Sopir-Taksi-Berlangsung-Anarkistis>).

Peristiwa ini tentu menyita banyak perhatian masyarakat Indonesia, tak terkecuali media daring di Indonesia. Salah satu media daring yang banyak memberitakan tentang peristiwa ini adalah Kompas, yang juga sudah memiliki nama besar di ranah media Indonesia. Selain koran sebagai alat utama Kompas untuk memuat berita, Kompas juga menggunakan media daring berupa *website* dengan alamat *kompas.com* sebagai salah satu media yang efektif dalam memberitakan sebuah peristiwa dengan cepat.

Karena peristiwa tersebut banyak menyita perhatian masyarakat terutama masyarakat, maka penulis memilih foto-foto jurnalistik dari peristiwa ini untuk diteliti. Kata kunci “*Blue Bird*” bahkan masuk daftar *trending topic* (TT) di *Twitter* secara *worldwide* alias mencakup wilayah global, karena banyaknya masyarakat Indonesia yang membahas tentang peristiwa demonstrasi yang terjadi pada saat itu.

Kompas.com tidak luput dalam memberitakan hal tersebut. *Kompas.com* membahas tentang *trending topic* ini dalam beritanya yang berjudul “Demo Taksi, “*Blue Bird*” Jadi Tren Dunia di Twitter.

Aksi demo ribuan sopir taksi di Jakarta menyedot perhatian dunia. Setidaknya, hal itu tergambar dari obrolan maya di Twitter. Kata kunci “*Blue Bird*” masuk daftar *trending topic* (TT) *Twitter* secara *worldwide* alias mencakup wilayah global, sebagaimana pantauan *Kompastekno*, Selasa (22/3/2016). Kebanyakan *netizen* mengancam aksi kekerasan yang dilakukan para pendemo, misalnya menghentikan taksi yang sedang beroperasi agar sang sopir ikut demo, serta memaksa penumpang untuk turun dari taksi yang ditumpangi (dikutip dari <http://tekno.kompas.com/read/2016/03/22/15055707/Demo.Taksi.Blue.Bird.Jadi.Tren.Dunia.di.Twitter>).

Penulis memilih menggunakan media daring karena dilihat dari perkembangan teknologi modern saat ini, internet menjadi salah satu bagian dari kehidupan manusia modern yang tidak bisa dipisahkan, terutama bagi remaja dan dewasa muda. Masyarakat modern saat ini seakan tidak bisa lepas dari pengaruh

internet, dalam kehidupan sosial sampai proses pencarian jati diri. Salah satu kebutuhan masyarakat modern adalah dengan terus memperbaharui berita dan isu-isu yang sedang terjadi, dan dengan bantuan media daring, masyarakat modern semakin dimudahkan dalam mencari berita dan isu-isu yang terjadi, hanya melalui telepon pintar yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Dalam studi ini, penulis menggunakan *kompas.com* sebagai obyek penelitian. Alasan penulis menggunakan *kompas.com* sebagai obyek penulisan adalah karena *kompas.com* menjadi salah satu media yang banyak memberitakan peristiwa demonstrasi supir taksi *Blue Bird* ini.

Penulis menemukan adanya laman topik pilihan dalam *kompas.com* dengan judul “Demo Tolak Taksi Online” dengan jumlah 18 halaman dalam laman tersebut, dan masing-masing halaman memuat 12 berita. Laman topik pilihan tersebut memuat seluruh berita dalam *kompas.com* dengan topik tentang taksi online dan polemiknya. Laman tersebut dapat diakses di halaman <http://indeks.kompas.com/topik-pilihan/list/4041/demo.tolak.taksi.online/desc/18>.

Topik pilihan ini membantu pembaca untuk menemukan berita yang dibutuhkan, karena semua berita tentang demo taksi online sudah dikumpulkan oleh *kompas.com* dalam satu laman.

Kompas.com banyak memuat berita dan menampilkan foto dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Tidak hanya mengangkat tentang peristiwa demonstrasi, namun memberitakan tentang bagaimana dampaknya, bagaimana kerusakannya, bagaimana situasi dan kondisi, sampai cerita dari supir taksi dan bagaimana taksi *Blue Bird* memberikan ganti rugi kepada masyarakat sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan. *Kompas.com* juga menampilkan tidak hanya foto-foto yang menggambarkan tentang suasana dan bagaimana peristiwa terjadi, namun juga ekspresi para objek foto hingga kerusakan mobil taksi. Hal ini membuat *kompas.com* menjadi media daring yang lengkap dalam memberitakan peristiwa demonstrasi ini.

Alasan penulis memilih foto jurnalistik yang dimuat dalam *kompas.com* adalah karena salah satu wartawan foto *kompas.com*, Roderick Adrian Mozes berhasil memenangi anugerah jurnalistik Adinegoro 2014 untuk kategori jurnalistik foto (dikutip dari <http://nasional.kompas.com/read/2015/01/20>

[/20360761/fotografer.kompas.com.raih.penghargaan.adinegoro.lewat.karya.foto.drone\).](#)

Penelitian ini pun menggunakan dua foto Roderick Adrian Mozes sebagai subjek penelitian, yaitu foto pertama dan foto ketiga.

Selain itu, alasan penulis memilih *kompas.com* sebagai objek penelitian karena *kompas.com* telah mendapatkan banyak penghargaan, seperti Top Brand 2016 kategori “Online News Platform”, Top News Portal award (2008), Best Newspaper Website in Asia (2011) dan juga The Most Favorite News Portal (2012) (dikutip dari <http://www.kompasgramedia.com/news/read/kompascom-jadi-top-brand-kategori-online-news-platform-pilihan-generasi-y>)

Karena kelebihan media daring yang bisa segera memuat berita dalam satu hari yang sama dan media daring dapat memuat belasan bahkan puluhan berita dari satu peristiwa, maka penulis meneliti foto-foto tentang demonstrasi supir taksi *Blue Bird* yang dimuat pada saat terjadinya demonstrasi tersebut, yaitu pada tanggal 22 Maret 2016 dan satu hari sesudah demonstrasi tersebut terjadi, yaitu pada tanggal 23 Maret 2016.

Penulis menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes dalam penelitian ini. Semiotika Roland Barthes dipilih karena Roland Barthes lebih dalam membahas imaji dan foto, terlebih foto berita yang menjadi subjek penelitian ini. Dalam bukunya yang berjudul *Imaji, Musik, dan Teks*, Roland Barthes membahas secara mendalam tentang semiotika foto.

Maka jika dibandingkan dengan teori semiotika yang dikemukakan oleh ahli semiotika yang lain, Roland Barthes menjadi metode semiotika yang lebih cocok untuk meneliti foto jurnalistik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, maka dapat ditarik rumusan masalahnya, yaitu : Bagaimana foto jurnalistik tentang peristiwa demonstrasi supir taksi *Blue Bird* di *kompas.com* merepresentasikan antipati terhadap perkembangan TIK?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana foto jurnalistik tentang peristiwa demonstrasi supir taksi *Blue Bird* di *kompas.com* merepresentasikan antipati terhadap perkembangan TIK.

1.4. Manfaat Penulisan

Manfaat dari penulisan ini memiliki dua jenis, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang bisa didapatkan oleh pembaca dari penulisan ini adalah pembaca dapat mengetahui dan memahami bagaimana foto-foto jurnalistik pada peristiwa demonstrasi supir taksi *Blue Bird* yang dimuat dalam media berita *kompas.com* merepresentasikan antipati terhadap perkembangan TIK.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang bisa didapatkan oleh pembaca dari penulisan ini adalah pembaca dapat mengetahui bagaimana menganalisa sebuah foto dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika. Selain itu pembaca juga dapat menambah wawasan tentang foto jurnalistik di ranah media saat ini, dan menambah pengetahuan tentang peran dari foto jurnalistik di sebuah berita.

1.5. Sistematika Penulisan

1.5.1 BAB I: PENDAHULUAN

Bab I berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan dan sistematika penulisan. Pada bab ini akan dibahas tentang dasar dari penulisan dan latar belakang penulisan dan alasan serta tujuan diadakannya penulisan ini.

1.5.2 BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi teori-teori yang mendukung penulisan ini, penulisan terdahulu yang menjadi referensi dari penulisan ini, dan kerangka pemikiran. Pada bab ini akan dibahas tentang apa-apa saja teori yang dibutuhkan dan digunakan dalam

penulisan ini, dan bagaimana kerangka pemikiran yang akan digunakan penulis dalam menyelesaikan penulisan ini.

1.5.3 BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab III berisi metodologi penulisan, objek dari penulisan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Pada bab ini akan dibahas tentang metode penulisan yang akan digunakan, yaitu metode semiotika Roland Barthes, lalu apa objek yang akan digunakan dalam penulisan ini, bagaimana teknik yang akan digunakan dalam pengumpulan data, dan teknik yang digunakan oleh penulis untuk menganalisis data berdasarkan metode semiotika Barthes.

1.5.4 BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi hasil dari penulisan dan pembahasan hasil analisis semiotika Roland Barthes dan bagaimana teori tersebut menjawab rumusan masalah dalam penulisan ini.

1.5.5 BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi kesimpulan hasil analisis semiotika dan saran bagi dunia jurnalistik dan jurnalistik foto serta saran bagi penulisan selanjutnya.