

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dakwah sebagai suatu seruan membutuhkan suatu teknik dan strategi komunikasi yang berkaitan dengan tugas utamanya. Tuntutan mempunyai kemampuan komunikasi informasi, teknologi dan pendekatan-pendekatan dalam ilmu sosial dan budaya dalam berdakwah menjadi sangat mutlak ketika masyarakat atau umat dalam era global seperti sekarang ini tidak lagi dibatasi oleh dinding ruang dan waktu.

Perkembangan budaya mengikuti perkembangan media. Manusia semakin bebas dari batas ruang dan waktu. Dan ini menjadi tantangan sendiri bagi para da'i yang ingin berdakwah kepada khalayak saat ini yang semakin plural. Hal tersebut mengindikasikan bahwa harus ada sebuah upaya dan gaya baru di dalam berdakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman.

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 media dakwah untuk mengkomunikasikan pesan tersebut adalah melalui media massa.

Media massa memiliki banyak pengaruh bagi kelangsungan hidup masyarakat, gagasan ini disebut dengan *powerful effect theory* (teori efek yang kuat) yang didasarkan pada buku penting tahun 1992 karya komentator sosial Walter Lippman berjudul *Public Opinion*. Lippman berargumen bahwa kita memandang dunia bukan sebagaimana adanya tetapi sebagai “gambaran di benak kita”. Gambaran benda-benda yang tidak kita alami secara personal dibentuk oleh media massa.¹

Peran seorang wartawan menjadi sangat penting karena tugasnya dalam menyajikan sebuah data yang dibangun berdasarkan pada ideologi media. Maka dari itu seorang wartawan merupakan juru kunci atau garda terdepan dalam pemberitaan. Pesan yang disampaikan seorang wartawan pastinya harus sesuai dengan kode etik jurnalistik yang berlaku. Hubungannya dengan dakwah, maka seorang wartawan merupakan sebuah tugas dan peran yang harus diemban oleh setiap muslim yang memiliki profesi tersebut dimana menempatkan dirinya sebagai seorang da'i.

Wartawan dalam menyebarkan kebenaran atau bisa disebut juga sebagai juru dakwah di media massa, biasanya disebut sebagai penyambung lidah para nabi dan ulama, maka dari itu haruslah menjaga dan memperjuangkan nilai-nilai Islam yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits juga pada norma dan etika yang ada di masyarakat.

¹ Walter Lippman, *Opini Umum* (Penerjemah, S. Maimoen), (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998), Hlm. 469-470

Sebagai seorang wartawan, yang memiliki tanggung jawab besar, dimana setiap langkah, setiap karya jurnalistik baik itu tulisan maupun foto jurnalistik haruslah memiliki misi *amar ma'ruf nahi munkar*, dalam pengertian yang universal. Adapun nilai-nilai yang diperjuangkan merupakan nilai-nilai Islami yang berpedoman pada keselamatan, keamanan, dan kesejahteraan.

Dakwah sebagai salah satu bentuk aktifitas komunikasi harus mampu memanfaatkan sebaik-baiknya media massa yang telah maju pesat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah tanpa harus mengurangi makna dan tujuannya. Salah satu media untuk menyampaikan pesannya yaitu melalui media *online* berbentuk foto atau gambar.

Banyak sekali masalah-masalah sosial yang dapat diubah menjadi lebih baik melalui sebuah gambar atau foto, masalah keagamaan pun juga akan sangat menarik jika dikemas dalam bentuk visual. Disinilah letak pentingnya melakukan inovasi dakwah melalui media. Maka umat Islam yang mengemban tugas untuk menyiarkan ajaran agama Islam dituntut untuk bisa memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk pemerataan dakwah Islam dan pesan-pesannya.

Foto lebih berbahaya dari seribu kata-kata, adagium ini telah dikenal di dunia jurnalistik. Dengan sebuah foto bisa menggerakkan orang lain untuk berbuat sesuatu, entah itu perbuatan yang bisa meruak harmonisasi kehidupan di dunia atau membuat kemaslahatan untuk masyarakat banyak.

Foto jurnalistik ditampilkan dengan tujuan memperkuat dan memvisualkan isi berita, karena itu, foto jurnalistik pada surat kabar memiliki peranan dalam melibatkan perasaan dan menggugah emosi pembaca.²

Foto jurnalistik juga merupakan salah satu jenis media yang menjadi saluran berbagai konsep, dan perlu disadari bahwa sebenarnya makna di dalam foto jurnalistik mampu menggugah perasaan kemanusiaan dan dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong sebuah perubahan. Terutama sebagai penguat materi dakwah. Ketika seseorang melihat sebuah foto, maka pesan yang disampaikan oleh foto tersebut secara tidak langsung akan berperan dalam pembentukan persepsi seseorang terhadap maksud pesan dari foto tersebut.

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 pada model dakwah kultural wali songo yang menggunakan wayang kulit untuk memperkenalkan agama Islam kepada masyarakat. Semua perangkat pendekatan psikologis yang efektif untuk mempengaruhi masyarakat dimanfaatkan

² Hermanus Prihatna R., Foto Berita Hukum dan Etika Penyiaran. Lembaga Pendidikan Jurnalistik ANTARA (Jakarta: LPJA, 2003), h.1.

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

Foto jurnalistik juga harus menyertakan teks atau keterangan mengenai isi pesan dakwah dari foto jurnalistik tersebut. Langkah ini adalah untuk mempermudah mad'u memahami isi atau pesan dakwah yang ada dalam setiap foto yang dipublikasikannya.

Dalam penelitian ini, wartawan foto sekaligus menjadi da'i yang menyeru masyarakat kepada jalan kebenaran yang di ridhai Allah SWT. Seorang wartawan 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.

Salah satu media massa yang berpengaruh yakni media *online*. Berdakwah melalui media *online* mempunyai cara dan karakteristik sendiri, berbeda dengan dakwah pada media lainnya, media *online* merupakan salah satu alat komunikasi masyarakat pembaca yang sangat besar pengaruhnya. Media merupakan sebagai mencusuar bagi pengembangan dakwah kedepan dan keberadaan media memang dibutuhkan oleh dakwah Islam pada zaman modern ini.³

³ Andy Dermawan, 2008 "Dakwah Partisipatoris Ikhtiar Membangun Harmonisasi Religiusitas Dalam Konteks Keindonesiaan", makalah disajikan dalam Diskusi Publik Refleksi Hijah Nabi 1429 H di Lembaga Dakwah Masjid UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 15-01-08.

Media *online* yang pertama kali muncul di internet adalah *Republika Online* www.republika.co.id pada Agustus 1995. *Republika Online* merupakan salah satu media yang aktif dalam menginformasikan berita terupdate dan di percaya dan media yang berbasis Islami. *Republika* yang kemunculannya dilahirkan oleh kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia. Penerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang kalangan umat Islam. Kehadiran Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang saat itu diketuai BJ Habibie dapat menembus pembatasab ketat pemerintah untuk izin penerbitan. Walaupun berganti kepemilikan, *Republika* tidak mengalami perubahan, baik visi maupun misi. Visi *Republika* adalah Modern, Moderat, Muslim, Kebangsaan, dan Kerakyatan. Sedangkan Misi *Republika* adalah sebagai koran masyarakat baru yang maju, cerdas, dan beradab. Harus diakui, ada perbedaan gaya dibandingkan sebelumnya. Sentuhan bisnis dan independensi *Republika* menjadi lebih kuat. Karena itu, secara bisnis, koran ini terus berkembang. *Republika* menjadi semakin profesional dan matang sebagai koran nasional untuk komunitas muslim. Inilah yang menjadi alasan memilih *Republika Online* dikarenakan *Republika Online* termasuk media yang aktif dalam menginformasikan dan mempublikasikan pesan-pesan agama Islam.

Berdasarkan dari latar belakang di atas. Maka, penelitian ini berjudul “Pesan Dakwah dalam Foto Jurnalistik (Studi Fenomenologi pada Wartawan Foto *Republika Online*)”.

1.2 Fokus Penelitian

Berpijak pada latar belakang di atas pembahasan yang berkaitan mengenai Pesan Dakwah dalam Foto Jurnalistik (Studi Fenomenologi pada Wartawan Foto Republika Online), maka dapat dilihat beberapa hal sesuai dengan teori fenomenologi Alfred Schutz bahwa dalam fokus penelitian ini mengenai fenomena pesan dakwah dalam foto jurnalistik. Agar penelitian ini lebih terarah maka dapat diturunkan menjadi tiga pertanyaan yakni:

- 1.2.1 Bagaimana pemahaman wartawan foto Republika Online mengenai pesan dakwah dalam foto jurnalistik?
- 1.2.2 Bagaimana pemaknaan wartawan foto Republika Online mengenai pesan dakwah dalam foto jurnalistik?
- 1.2.3 Bagaimana pengalaman wartawan foto Republika Online mengenai peliputan yang memuat pesan dakwah dalam foto jurnalistik?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui pemahaman wartawan foto Republika Online mengenai pesan dakwah dalam foto jurnalistik.
- 1.3.2 Untuk mengetahui pemaknaan wartawan foto Republika Online mengenai pesan dakwah dalam foto jurnalistik.
- 1.3.3 Untuk mengetahui pengalaman wartawan foto Republika Online mengenai peliputan yang memuat pesan dakwah dalam foto jurnalistik.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat yang signifikan terhadap persoalan di masyarakat, yaitu baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu:

1.4.1 Teoritis

1. Kegunaan Penelitian bagi Institusi Pendidikan

Memberikan kontribusi, pengertian dan sumbangan pemikiran bagi perkembangan Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam tentang pesan dakwah dalam foto jurnalistik. Serta diharapkan dapat memperkaya literatur-literatur tentang kajian fenomenologi, khususnya mengenai pengalaman wartawan foto dalam memahami dan memaknai pesan dakwah.

2. Kegunaan Penelitian bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memahami makna pesan dakwah yang terdapat dalam foto jurnalistik serta bagaimana manfaat foto sebagai media dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Selain itu juga dapat memberikan gambaran ideal tentang bagaimana wartawan foto dalam meliput hal yang berkaitan dengan pesan dakwah.

3. Kegunaan Penelitian bagi Peneliti

Mendapatkan pengalaman dalam menganalisis penelitian mengenai bagaimana wartawan foto dalam menyampaikan pesan dakwah dan juga membawa wawasan mengenai dunia fotografi.

1.4.2 Praktis

1. Kegunaan Penelitian bagi Lembaga

Secara praktis penelitian ini berguna sebagai kontribusi, yang mana hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan yang nantinya dipergunakan untuk perbaikan dan peningkatan dalam melakukan kegiatan penyampaian informasi atau lainnya melalui media yaitu foto. Selain itu untuk memperkaya literatur-literatur tentang kajian wartawan, pesan dakwah dan fenomenologi khususnya bagi mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

2. Kegunaan Penelitian bagi Wartawan Foto dan Da'i

Sebagai sumbangan untuk wartawan foto agar dapat menghasilkan foto jurnalistik yang berkualitas dan religius penuh makna, terutama untuk memberikan rujukan bagaimana membuat foto jurnalistik yang sarat makna pesan dakwah. Selain itu juga untuk para penggiat dakwah dan da'i untuk membuat foto dengan pesan-pesan dakwah Islam dan memanfaatkannya sebagai suatu inovasi media dakwah yang menarik masyarakat.

3. Kegunaan Penelitian bagi Pembaca

Memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam foto jurnalistik agar terbentuknya akhlaq yang mulia yang dimana hal tersebut merupakan tujuan dari dakwah.

1.5 Landasan Pemikiran

Wartawan merupakan pekerjaan yang berhubungan dengan kepentingan publik karena wartawan merupakan pengawal kebenaran, dan juga pelindung hak-hak pribadi masyarakat. Maka dari itu, dalam pekerjaannya wartawan harus memiliki standar kompetensi yang memadai dan disepakati oleh pers. Standar kompetensi inilah yang menjadi alat ukur profesionalisme seorang wartawan.

Wartawan foto merupakan seseorang yang melakukan kegiatan jurnalistik dengan menggunakan media foto sebagai pesan yang akan disampaikan kepada khalayak. Wartawan foto biasanya menghasilkan produk jurnalistiknya berupa foto jurnalistik. Sebuah foto jurnalistik merupakan peliputan dengan menggunakan kamera untuk menghasilkan sebuah bentuk visual.

Wartawan dalam menyebarkan kebenaran atau bisa disebut juga sebagai juru dakwah di media massa, biasanya disebut sebagai penyambung lidah para nabi dan ulama, maka dari itu haruslah menjaga dan memperjuangkan nilai-nilai Islam yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits juga pada norma dan etika yang ada di masyarakat.

Sebagai seorang wartawan, yang memiliki tanggung jawab besar, dimana setiap langkah, setiap karya jurnalistik baik itu tulisan maupun foto jurnalistik haruslah memiliki misi *amar ma'ruf nahi munkar*, dalam pengertian yang universal. Adapun nilai-nilai yang diperjuangkan merupakan nilai-nilai Islami yang berpedoman pada keselamatan, keamanan, dan kesejahteraan.

Pesan merupakan serangkaian isyarat atau simbol yang diciptakan oleh seseorang untuk maksud tertentu dengan harapan bahwa penyampaian isyarat atau simbol itu akan berhasil dalam menimbulkan sesuatu.

Pesan dapat diartikan sebagai pernyataan yang dihadirkan dalam bentuk lambang-lambang atau simbol-simbol yang mempunyai arti. Hal tersebut dapat berbentuk melalui beberapa unsur diantaranya: a. Verbal simbol diucapkan atau tertulis; b. Non verbal simbol disampaikan tertulis dan diucapkan juga dalam bentuk gerak-gerak garis dan isyarat atau gambar lukisan dan warna. Jadi, pesan merupakan suatu hal yang dijadikan sebagai isyarat dalam kegiatan berkomunikasi karena dengan suatu pesan hubungan komunikasi seseorang dengan lainnya akan berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁴

Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur yaitu kode pesan, isi pesan, dan wujud pesan.

1. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain.
2. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengkomunikasikan maksudnya.
3. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya.⁵

Pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya, terdapat tiga bentuk pesan yaitu:

⁴ Onong Uchjana, Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek), (Bandung: Remaja Rosdakarya 2007), Hlm. 18

⁵ Siahaan, Komunikasi Pemahaman dan Penerapan, (Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia 1991), Hlm. 62

1. Informatif, yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikasi mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.
2. Persuasif, yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan teras dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.
3. Koersif, menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi bentuk yang terkenal dari penyampaian secara inti adalah agitasi dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan di kalangan publik. Koersif berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target.⁶

Pesan dakwah adalah isi pesan komunikasi secara efektif terhadap penerima dakwah, pada dasarnya materi dakwah Islam, bergantung pada tujuan dakwah yang dicapai sudah menjadi doktrin dan komitmen bahkan setiap muslim wajib berdakwah, baik itu secara perorangan ataupun dengan orang banyak, oleh karena itu dakwah harus terus dilakukan. Pesan dakwah tidak lain adalah Al-Islam yang bersumber kepada Al-Qur'an dan Al-Hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariah dan akhlak dengan sebagai macam cabang ilmu yang diperolehnya.

Foto jurnalistik merupakan sebuah sajian visual sehingga nilai estetika dan keindahan grafis adalah nilai tambahan sebuah gambar. Menurut Oscar Matuloh foto jurnalistik merupakan suatu sajian untuk menyampaikan beragam bukti visual atas suatu peristiwa pada masyarakat luas dalam tempo sesingkat-singkatnya.

⁶ A. W Widjaja dan M. Arisyk Wahab, Ilmu Komunikasi, Pengantar Studi, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1987), Hlm. 61

Fotografi jurnalistik merupakan media komunikasi yang menggabungkan elemen visual dan verbal. Elemen verbal yang dimaksud ialah caption, yaitu kalimat yang mengiringi sebuah foto atau serangkaian foto untuk menjelaskan isi dan maksudnya.

Foto merupakan bidang kajian yang sangat relevan bagi analisis semiotik. Karena foto pada umumnya dibangun menggunakan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerjasama dengan baik untuk mencapai tujuan yang diharapkan.⁷ Pesan yang tertuang dalam foto dapat diketahui melalui tanda.

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 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.

⁷ Alex Sobur, Analisis Teks Media, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2004), Hlm. 128

Media dakwah bukanlah penentu utama bagi kegiatan dakwah, akan tetapi media ikut memberikan andil yang besar untuk kesuksesan dakwah. Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah, dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur utama ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah lain, seperti metode dakwah dan logistik dakwah. Lagi-lagi pilihan media dakwah sangat terkait dengan kondisi unsur-unsur dakwah.

Dakwah dapat dilakukan melalui media apa saja, lebih-lebih melalui media visual atau foto, karena dari segi kekuatan foto dapat dijadikan sebagai media komunikasi. Prayanto W.H dalam bukunya berpendapat bahwa foto adalah sebagai salah satu media dalam komunikasi visual, karena foto dapat menimbulkan kesan kepada komunikan, tanpa mempersoalkan apakah kesan tersebut bersifat positif atau negatif.⁸

Foto jurnalistik merupakan suatu medium sajian informasi untuk menyampaikan bukti visual atas berbagai peristiwa seluas-luasnya, bahkan hingga ke kerak di balik peristiwa tersebut. Foto jurnalistik akan menuntun fotografer maupun penikmatnya untuk melihat suatu objek atau peristiwa dengan cara berbeda, cara yang tidak biasa dilihatnya.

⁸ Prayanto W.H, Digitalisasi Fotografi dalam Desain Komunikasi Visual, (Yogyakarta: Jalasutra 2007) Hlm. 100

Foto jurnalistik bisa dijadikan sebagai media dakwah adalah sebagai berikut:

1. Foto jurnalistik tersebut harus mengandung pesan-pesan dakwah Islamiyah yang mendeskripsikan tentang *hablum minallaah, hablum minannaas*.
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 dipahami dan dimengerti oleh semua pembaca, dengan kata lain semua foto jurnalistik yang akan dipublikasikan sebagai media dakwah itu harus mencakup 5W+1H.

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. Foto jurnalistik sebagai media dakwah merupakan salah satu bentuk proses komunikasi dakwah melalui media massa.

Da'i masa kini seyogyanya mengikuti tradisi para pendahulunya, salah satu media yang bisa digunakan dalam berdakwah adalah foto jurnalistik. Pesan dalam suatu foto jurnalistik, mampu menggugah perasaan kemanusiaan, dan dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong sebuah perubahan.

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori fenomenologi Alfred Schutz. Teori komunikasi yang termasuk kedalam tradisi fenomenologi berpendapat bahwa manusia secara aktif mengintrepetasikan pengalaman mereka, sehingga mereka memahami lingkungannya melalui pengalaman individu dan langsung dengan lingkungannya.⁹ Maka dari itu bisa dikatakan bahwa tradisi fenomenologi lebih memberikan tekanan pada persepsi dan interpretasi dari pengalaman individu manusia.

Teori-teori dalam tradisi fenomenologi berasumsi bahwa individu secara aktif menginterpretasi pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya.¹⁰

Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data utama dalam memahami realitas. Apa yang diketahui maka itulah yang dialaminya. Seseorang mengetahui pengalaman atau peristiwa

⁹ Morissan, Teori Komunikasi Individu Hingga Massa, Hlm. 38

¹⁰ Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, Teori Komunikasi Theories of Human Communication, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), Hlm. 57

dengan cara mengujinya secara sadar melalui perasaan dan persepsi yang dimiliki orang tersebut.¹¹

Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Maka dari itu interpretasi merupakan proses aktif yang memberikan makna atas sesuatu tindakan kreatif yakni tindakan menuju pemaknaan.

Stanley Deetz menyimpulkan tiga prinsip dasar fenomenologi. Pertama, pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar, kita akan mengetahui dunia ketika kita berhubungan dengannya. Kedua, makna benda terdiri atas kekuatan benda dalam kehidupan seseorang. Dengan kata lain, bagaimana anda berhubungan dengan benda menentukan maknanya bagi anda. Asumsi ketiga, adalah bahwa bahasa merupakan kendaraan makna. Kita mengalami dunia melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia ini.¹²

Dalam teori Schutz sangat kental pengaruh Weberian-nya khususnya karya-karya mengenai tindakan (action) dan tipe ideal (ideal type). Meskipun Schutz terkagum-kagum pada Weber tetapi ia berusaha mengatasi kelemahan

¹¹ Morissan, Teori Komunikasi Individu Hingga Massa, 39.

¹² Ibid.

yang ada di dalam karya Weber dengan menyatukan ide filsuf besar Edmund Husserl dan Henri Bergson.¹³

Alfred Schutz memiliki teori yang bertolak belakang dari pandangan Weber. Alfred berpendapat bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial bila manusia memberikan arti atau makna tertentu terhadap tindakannya itu, dan manusia lain memahami pula tindakannya itu sebagai sesuatu yang penuh arti.

Pemahaman secara subyektif terhadap sesuatu tindakan sangat menentukan terhadap kelangsungan proses interaksi sosial. Baik bagi aktor yang memberikan arti terhadap tindakannya sendiri maupun bagi pihak lain yang akan menerjemahkan dan memahaminya serta yang akan beraksi atau bertindak sesuai dengan yang dimaksudkan oleh aktor.

Schutz menghususkan perhatiannya kepada satu bentuk dari subyektivitas yang disebutnya, antar subyektivitas. Konsep ini menunjuk kepada pemisahan keadaan subyektif atau secara sederhana menunjuk kepada dimensi dari kesadaran umum ke kesadaran khusus kelompok sosial yang sedang saling berintegrasi. Intersubyektivitas yang memungkinkan pergaulan sosial itu terjadi, tergantung kepada pengetahuan tentang peranan masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi.

¹³ Alfred Schutz, dalam John Wild dkk, *The Phenomenology of the Social World*. Illinois (Northon University Press, 1967), Hlm. 67

Banyak pemikiran Schutz yang dipusatkan terhadap satu aspek dunia sosial yang disebut kehidupan dunia atau dunia kehidupan sehari-hari. Inilah yang disebut dunia intersubjektif. Dalam dunia intersubjektif ini orang menciptakan realitas sosial dan dipaksa oleh kehidupan sosial yang telah ada dan oleh struktur kultural ciptaan leluhur mereka. Didalam dunia kehidupan itu banyak aspek kolektifnya, tetapi juga ada aspek pribadinya. Schutz membedakan dunia kehidupan antara hubungan tatap muka yang akrab dan hubungan interpersonal dan renggang. Sementara hubungan tatap muka yang intim sangat penting dalam kehidupan dunia, adalah jauh lebih mudah bagi sosiolog untuk meneliti hubungan interpersonal secara ilmiah. Meski Schutz beralih perhatiannya dari kesadaran ke dunia kehidupan intersubjektif, namun ia masih mengemukakan hasil pemikirannya tentang kesadaran, terutama pemikirannya tentang makna dan motif tindakan individual.

Makna fenomenologi adalah realitas, tampak. Fenomena yang tampak adalah refleksi dari realitas yang tidak berdiri sendiri. Karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran lebih lanjut. Fenomenologi menerobos fenomena untuk dapat mengetahui makna (hakikat) terdalam dari fenomena tersebut.¹⁴

Berdasarkan tiga prinsip dasar teori fenomenologi, penelitian ini akan menelusuri pemahaman, pemaknaan, dan pengalaman wartawan foto Republika Online dalam meliput peristiwa yang memuat pesan dakwah. Diharapkan dalam

¹⁴ Margaret M. Poloma, *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), Hlm. 301-302

penelitian dapat memperoleh gambaran mengenai pengalaman wartawan foto Republika Online dalam memahami dan memaknai pesan dakwah dalam foto jurnalistik.

