

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Gambaran tentang sebuah makna pada setiap foto sangat bergantung tampilan foto dan maksud dari seorang fotografer yang ingin ditampilkan pada hasil karya fotonya. Pada dasarnya foto jurnalistik Human Interest pada komunitas Mayarakat Fotografi Gorontalo (MFG) periode Januari sampai dengan Agustus 2015 merupakan representasi aktual dari hasil potretan komunitas Mayarakat Fotografi Gorontalo (MFG) berdasarkan fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat sekitar. Interpretasi yang demikian memberi pemaknaan bahwa foto-foto jurnalistik, khususnya foto human interest di komunitas Mayarakat Fotografi Gorontalo (MFG) adalah sebuah informasi visual dalam menyajikan sebuah gambaran peristiwa yang bisa menggugah emosi penyimak untuk berempati, simpati terhadap fenomena yang terjadi agar bisa menginterpretasikan makna-makna yang terkandung dari semua foto yang telah dihasilkan oleh komunitas Mayarakat Fotografi Gorontalo (MFG).

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan terhadap foto jurnalistik (human interest) hasil karya komunitas Mayarakat Fotografi Gorontalo (MFG), dapat disimpulkan bahwa foto-foto jurnalistik jenis foto human interest tersebut menunjukkan makna-makna sebagai berikut:

- 1) Foto jurnalis pada jenis foto human interest hasil karya komunitas Mayarakat Fotografi Gorontalo (MFG) telah menggambarkan keseriusan dan kegigihan

mereka dalam bekerja guna mendapatkan penghasilan berdasarkan profesi mereka sebagai fotografer demi menghidupi keluarga mereka (bagi yang telah berkeluarga) dan mengasah, memperdalam ilmu pengetahuan tentang fotografi bagi anggota-anggota lainnya.

- 2) Pesan yang ingin disampaikan melalui foto jurnalistik pada jenis foto human interest memiliki kekuatan untuk menyentuh emosi, membangun perspektif, mempengaruhi opini publik serta membangkitkan kepedulian sikap dan tindakan bagi mereka yang melihatnya.

5.2 Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

- 1) Kepada komunitas MFG sebagai penikmat fotografi khususnya pada pengambilan foto human interest agar tetap menjaga keasliannya sebagai sebuah kekuatan media dalam pengungkapan pesan lewat bahasa visual dan tetap berpegang teguh pada etika jurnalistik, yang berarti obyek foto-fotonya tidak direkayasa sekalipun untuk kepentingan estetika sehingga sama sekali tidak menyimpang dari kenyataan dan kebenaran tetap terjaga dan akurat.
- 2) Kepada pecinta fotografi diharapkan akan ada lagi foto-foto yang menggambarkan fenomena-fenomena menarik di lingkungan sosial kita, khususnya yang berhubungan dengan jenis foto human interest agar dapat disajikan melalui karya ilmiah dengan tujuan untuk menjelaskan kondisi lingkungan sosial kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Audi, 2004. *Foto Jurnalistik Metode Memotret dan Mengirim Foto ke Kemia Massa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azzam Abdullah, 2011. *Proses Produksi Foto Advertorial Media Masa Di Redaksi Harian Joglosemar*. Jurusan Periklanan. Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Tugas Akhir*.
- Baroon, Renee & Wagelee Elizabeth. 2005. *Eneagram: Mengenal 9 Tipe Kepribadian Manusia Dengan Lebih Asyik*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Crystomy dan Untung Yuwono (ed), 2004. *Semiotika Budaya*, Depok : Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indonesia.
- Denesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenal Semiotika dan Teori Komunikasi*, Yogyakarta. Jalasutra.
- Ekman, Paul & Friesen, Wallace E. 2009. *Buka dulu topengmu: Panduan Membaca Emosi Dari Ekspresi Wajah*. Yogyakarta: Penerbit Baca.
- Fiske, John. 1990. *Cultural and communication Studies*. Yogya : Jalasutra.
- Freineger, Andreas. 1985. *The Complete Photografer*. Jakarta: Dahara Prize.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kursianto, 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi Pustaka. Yogyakarta.
- Little, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communication – Fifth Edition*. Terjemahan edisi Indonesia 1 (Chapter 1-9), dan edisi Indonesia 2 (Chapter 10-16). Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyanta, Edi S., 2007. *Teknik Modern Fotografi Digital*. ANDI. Yogyakarta.
- Nogroho W. Novian, 2015. *Komunikasi Visual Perempuan Karir Dalam Foto Fashion*. Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. UIN Sunan Kalijaga. *Skripsi*. Yogyakarta.

- P. Hoy, Frank. *Photo Journalism The Visual Approach*. New Jersey Amerika: Practice – Hall.
- Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Sartini Ni Wayan, 2006. *Tinjauan Teoritik tentang Semiotik*. Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Airlangga. *Jurnal*.
- Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya.
- 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya.
-2009. *Analisis Teks*. Bandung : Rosdakarya.
- Sunarto dan Hermawan, 2011. *Mix Methodology Dalam Penelitian Komunikasi*. Jakarta: ASPIKOM.
- Tinarbuko, Sunbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Jalasutra.