

MESSAGE DESIGN LOGIC PRODUKSI KARYA FOTOGRAFI (KAJIAN SEMIOTIKA SOSIAL KARYA FOTOGRAFER ULLY ZOELKARNAIN)

Edward Enrieco¹, Andi Mirza Ronda², Hifni Alifahmi³

¹Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid, Jakarta

³Sekolah Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid, Jakarta
Email Korespondensi : edward.edc@bsi.ac.id

Naskah diterima tanggal 17-01-2023, direvisi tanggal 31-03-2023, disetujui tanggal 30-05-2023

Abstrak. Fotografer Uly Zoelkarnain sebagai pekerja seni kreatif murni dan seni komersial, berpijak pada dua tarikan keadaan. Dengan masalah dua tarikan pemikiran logika desain pesan berdasarkan idealisme pribadi dan pesanan, pada konsep makna foto yang harus dikoordinasikan dengan cermat. Penelitian bertujuan mengungkap logika desain pesan pada makna foto konteks *portrait fullbody-shot* karya fotografer Uly Zoelkarnain, sebagai seniman murni dan seniman komersial dalam bekerja. Menganalisis logika pesan dari hasil konsep makna karya foto berupa pemikiran ekspresif fotografer dan pemikiran permintaan. Metode analisis deskriptif digunakan teori semiotika sosial dengan konsep Metafungsi dalam bahasa gambar untuk mengungkap makna pesan, kemudian hasil makna pesan dianalisis keterkaitannya dengan premis pada teori *Message design logic*, dan metode triangulasi dengan narasumber. Tiga subjek foto merepresentasikan makna struktur naratif terkait dengan hasil logika desain ekspresif dan retorika pada pemikiran pesan makna foto. Satu subjek foto merepresentasikan makna struktur konseptual dengan hasil logika desain konvensional pada konsep bersama pengguna foto. Tiga Logika desain pesan dalam sebuah foto karya fotografer tidak semua akan dimunculkan, tergantung dari konteks produksi pesan pada foto tersebut.

Kata kunci : *message design logic, semiotika sosial, fotografer Uly Zoelkarnain, fotografi.*

Abstract. *Photographer Uly Zoelkarnain, as a pure creative artist and commercial artist, stands on two pulls of circumstances. With the problem of two pulls of logical thinking, the message design is based on personal idealism and order, on the concept of the meaning of the photo, which must be carefully coordinated. This study aims to reveal the logic of message design in the meaning of full-body-shot portrait context photos by photographer Uly Zoelkarnain, as a pure artist and a commercial artist in his work. Analyzing the logic of the message from the results of the concept of the meaning of the photo work in the form of the photographer's expressive thoughts and request thoughts. The descriptive analysis method uses social semiotic theory with the concept of metafunction in pictorial language to reveal the meaning of the message, then the results of the meaning of the message are analyzed in relation to the premise of the theory of message design logic, and the method of triangulation with sources. The three photo subjects represent the meaning of the narrative structure related to the results of expressive design logic and rhetoric on the thought of the photo's meaning message. One photo subject represents the meaning of the conceptual structure with the results of conventional design logic on the concept with photo users. Three logics of message design in a photograph by a photographer will not all appear, depending on the context in which the message is produced in the photo.*

Keywords: *message design logic, social semiotics, photographer Uly Zoelkarnain, photography.*

PENDAHULUAN

Penelitian fokus pada masalah terjadinya perbedaan pemikiran logika pesan dalam makna foto. Ketika sebuah pesan makna foto diproduksi dari fotografer, yang berada dalam dua keadaan yang tarik-menarik, yaitu sebagai seniman murni dengan pemikiran ekspresif dan hasilnya, juga sebagai seniman komersial dengan pemikiran produksi terkait pesanan. Fotografer sebagai komunikator menyampaikan pesan yang di produksi berupa sebuah karya foto yang memiliki arti atau pesan makna, yang diterima oleh pemirsa karya foto (Effendy, 2003). Fotografi tidak saja berhubungan dengan aspek kehidupan sosial, dalam hal ini fotografi semakin dilihat aktivitas dan maknanya secara sosial kultural.

Pada dasarnya terdapat perbedaan antara kegiatan seni murni dan kegiatan seni untuk komersial, bahwa seni komersial bertujuan untuk menjual produk. Tujuan seni adalah menjadi obyek estetika untuk dihargai kehalusannya dan memiliki kualitas yang unik, hal ini dijelaskan oleh Kendzulak, (2019) dalam artikelnya. Yang dimaksud dengan “seni komersial” itu bisa meliputi periklanan, desain grafis, branding, logo, dan ilustrasi buku, sedangkan bidang seni meliputi lukisan, patung, seni grafis, fotografi, instalasi, multi-media, seni suara, dan *performance art*. Ada perbedaan dalam interpretasi dan tujuan pemikiran diantara seni murni dan seni untuk komersial. Diantara kedua kepentingan ini, idealisme seniman umumnya tertekan oleh hegemoni produsen seni yang memandang aspek ekonomi lebih penting dari pada idealisme seni. Pertentangan antara seni murni dan seni komersial nampak terlihat di dalam seni media rekam dibanding dalam seni rupa.

Fotografer dalam hal ini berkedudukan sama seperti pekerja seni kreatif seperti sutradara, videografer, penulis buku, pencipta lagu, pelukis yang biasa disebut sebagai seniman. Fotografer adalah seniman media rekam foto, mempunyai idealisme pemikiran bersifat ekspresif pribadi terkait seni yang fotografer pahami. Fotografer akan mengambil pekerjaan pesanan dan melakukan hal transaksi pemikiran dengan pengguna seni. Selain memproduksi karya seni berdasarkan idealisme pemikiran pribadi sebagai portofolio dari karya jati dirinya dimana karya tersebut akan dinilai keberhasilannya oleh pemirsa karya, fotografer juga akan melakukan produksi karya kreatif berdasarkan permintaan pengguna seni kreatif. Dalam hal ini disebut sebagai karya seni komersial. Dari masalah kesenjangan pemikiran yang diamati bahwa fotografer mempunyai dua tarikan pemikiran dalam pekerjaan, yaitu dari idealisme logika pemikiran karya pekerja seni kreatif itu sendiri, dan logika pemikiran produksi karya seni komersial berdasar permintaan pengguna seni komersial.

Fotografer dengan logika pemikirannya memproduksi pesan pada foto yang mempunyai sebuah cerita, atau bentuk kedalaman isi pada sebuah karya fotografi. Menurut O’Keefe (1988) pesan berbeda dalam fungsi yang mereka maksud arahkan, baik bentuk dan efek yang bervariasi dan karena individu atau seperti fotografer yang berbeda, mempunyai teori implisit komunikasi yang berbeda (*message design logic*) yang mempedomani proses alasan dari tujuan pada pesan, bahkan orang yang mengejar tujuan yang sama seringkali menghasilkan jenis pesan dan memperoleh tingkat keberhasilan yang berbeda. Signifikansi penelitian penting bagi pekerja fotografi atau fotografer dalam proses produksi mengolah logika pemikiran desain sebuah pesan untuk mencapai tujuan hasil makna, demi pencapaian hasil berupa foto dengan pesan makna dimaksud dalam komunikasi visual. Hal tersebut akan menguntungkan seorang fotografer dari sisi keberhasilan desain produksi pesan dalam penerapan membuat karya foto. Fotografer dapat mencermati logika pemikiran pesan baik pesanan dan ekspresif.

Penelitian terkait dengan model komunikasi *message design logic* berupa logika ekspresif, konvensional dan retorik dalam penelitian di Amerika Serikat antara efek robot sosial dan peserta individu dewasa, pada konteks di mana satu individu dihadapkan dengan kebutuhan untuk mengontrol atau mengoreksi perilaku orang lain, dan tentang struktur tujuan pada evaluasi orang terhadap pesan dan sumbernya. Mengarahkan pada cara berpikir yang berbeda tentang situasi komunikasi, dan cara berpikir dari tujuan ke pesan (Edwards et al. 2020). Ditemukan bahwa setiap peserta memahami pragmatis komunikasi pada keseluruhan robot sosial secara berbeda, berdasarkan logika desain pesan yang ditunjukkan. Hal terkait dapat dihubungkan dengan logika pemikiran pesan fotografer sebagai individu pekerja seni.

Peneliti mengambil verifikasi bahwa seorang seniman fotografi dalam berkarya atau bekerja, akan melewati suatu proses produksi karya foto, apakah itu menggunakan suatu konsep logika pemikiran atau konsep tertentu dalam proses mencapai tujuannya. Kemudian mampu menciptakan, juga menyampaikan sebuah makna yang mampu dipahami dalam komunikasi visualnya pada pemirsa karya foto-nya. Sudaryat (2008) menjelaskan makna adalah merupakan apa yang kita artikan berupa isi foto hasil dari produksi pesan fotografer sebagai komunikator kepada pemirsa foto.

Konsep produksi pesan mulai hadir berupa makna, dimana ada pesan makna yang harus dicapai atau dihasilkan oleh fotografer untuk pemirsa foto. Makna juga terdapat pada tanda sebagai sumber-sumber semiotika seperti pada; lirik lagu tergambar pada teks yang mewakili perasaan mendalam seniman (Laura et al, 2022), potongan film yang berisi gambar atau potongan dialog percakapan dalam penelitian Martianto et al, (2021), dan juga logo berupa gambar elemen grafis dengan huruf tertentu disebutkan pada penelitian Anggraini et al, (2018). Dalam sebuah proses komunikasi terdapat unsur berupa komponen komunikasi yaitu komunikator (*communicator*), kemudian ada pesan (*message*), media penghubung (*channel*), komunikan sebagai penerima (*communicant*) dan terakhir adalah efek (*effect*) (Effendy, 2003). Masing-masing memiliki peranan yang penting dalam komunikasi. Sebuah pesan merupakan suatu simbol yang diperhatikan orang dengan sadar dan akan menciptakan makna-makna (Bulaeng, 2002).

Adalah sebuah tuntutan dari pengguna jasa fotografi bagi fotografer untuk mampu memproduksi pesan makna agar berhasil menyampaikan komunikasi visualnya pada pemirsa foto, dan karya fotonya mempunyai nilai jual ekonomis yang baik. Soedjono (2007) menjelaskan bahwa karya fotografi memiliki makna ekonomis bila karya tersebut menjadi produk komoditas yang bernilai karena diorientasikan bagi pencapaian tujuan komersial. Seorang fotografer dianjurkan untuk dapat membuat karya foto berkualitas, tentunya berasal dari sebuah logika pemikiran desain dalam produksi pesan. Jika makna dapat tersampaikan dengan baik, akan meningkatkan nilai jual karya foto. Pada genre fotografi, karya foto yang memiliki nilai jual atau ekonomis adalah pada bidang fotografi *portrait* komersial. Umumnya karya foto dipergunakan sebagai bentuk media iklan. Disebutkan oleh Soedjono (2007) bahwa media iklan cetak sangat banyak memanfaatkan karya fotografi seperti *portrait* dan dengan berbagai bentuk dan subjeknya.

Sebuah kutipan penting yang diamati peneliti dari majalah fotografi The Light, (2009); fotografer Ulyly berpendapat bahwa "Sejelek apapun gambar dan teknisnya kalau bermakna jadi bisa bagus". Dari kutipan tentang signifikansi "makna", menjadi hal signifikan bagi penulis untuk meneliti dan mengungkap logika pemikiran desain pesan pada karya fotografer Ulyly. Tulisan kutipan dalam majalah The Light adalah satu bukti empiris yang merupakan metode ilmiah, yang sesuai dengan realitas (Syamsudin, 2007), untuk menghadirkan Ulyly Zoelkarnain sebagai fotografer yang dipilih oleh penulis. Penulis awalnya mengamati keunikan hasil pesan produksi makna pada karya fotonya. Pada karya fotografer Ulyly adalah pada proses pemikiran pesan foto *portrait individual* dan foto *portrait* komersial dengan konteks tampilan foto *portrait full-body shot*. Tidak seperti tradisi foto portrait yang pada umumnya menampilkan foto *close-Up* atau *medium close-up*.

Bahwa pilihan subjek foto *portrait full-body shot* dan sudut pandang foto ditentukan oleh pandangan subjektivitas dari pemikiran logika fotografer sendiri, fotografer berinteraksi sosial dengan pengarah seni terlibat dalam proses produksi pesan, yang juga sebagai pemirsa foto (Zappavigna, 2016). *Message design logic* menjadi aspek yang dimanfaatkan juga untuk mengejar hasil akhir logika produksi pesan makna dalam karya foto, mengingat hal yang ingin disampaikan telah terencana sebelumnya. Bahwa dalam membuat karya foto dengan sebuah makna, diperlukan sebuah logika produksi pesan atau cara fotografer membuat pengertian melalui pengalamannya terhadap isi sebuah foto.

Dari pemikiran produksi pesan makna pada fotografer, dimana dalam sebuah makna karya foto terdapat sebuah bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Bahasa dalam komunikasi visual fotografi adalah bahasa gambar, dimana bahasa gambar sangat luas, bisa bermacam-macam bentuk, seperti komik, film, dan karya foto adalah salah satunya.

(Eriyanto, 2019) menyebutkan bahwa semiotika sosial adalah salah satu metode yang bisa digunakan untuk menganalisis bahasa gambar tersebut. Dipakai dalam melihat bagaimana pembuat tanda atau fotografer memanfaatkan klausa pada sumber-sumber semiotika yang ada (artefak) untuk menyampaikan sesuatu. Fotografer Uly terkait produksi pesan makna pada foto, mempunyai kebebasan memilih sumber-sumber semiotika yang ada. Untuk memilih tanda tertentu yang tepat untuk disampaikan kepada orang lain. Pilihan tersebut relatif banyak mulai dari jenis *shot*, warna, cahaya, sudut pengambilan, komposisi dan sebagainya.

Tujuan penelitian untuk mengungkap produksi sebuah logika desain pesan pada makna foto *portrait fullbody-shot* karya fotografer Uly Zoelkarnain, yang merupakan hasil dari latar belakang ketegangan pemikiran fotografer yang tarik menarik, yaitu sebagai pekerja seni kreatif bidang seni murni dan pekerja bidang seni komersial. Kebaharuan dari penelitian adalah melihat bagaimana bentuk logika desain pesan pada pemikiran seorang fotografer yang mempunyai pilihan tarik menarik dua sisi sebagai pekerja seni dan komersial fotografi, dan bagaimana fotografer Uly Z menggunakan pilihan sumber semiotika pada makna foto untuk menyampaikan *message design logic* pada sebuah pesan makna pada karya foto.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif digunakan dengan pendekatan deskriptif dalam paradigma konstruktivisme pada penelitian. Pendekatan pada penggunaan analisis dan teori atau konsep yang ada sebagai bahan pendukung dalam penciptaan suatu teori. Hasil penelitian akan mencakup kutipan data dari orang atau perilaku yang diamati. Data berasal dari catatan pengamatan, naskah wawancara, artefak (sumber semiotika) dan dokumen pendukung lainnya.

Pemahaman yang lebih dalam melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan langsung untuk memperoleh data yang jelas dan tepat. Semua informasi yang diperoleh berasal dari sumber yang dapat dipercaya. Analisis data dilakukan secara induktif. Partisipan dalam penelitian sangat terbatas. Data yang diolah lebih menekankan pada kedalaman (kualitas) data yang didapatkan bukan dari banyaknya (kuantitas) data. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam bertahap dan observasi partisipatif (Creswell & Creswell, 2018), ikut dalam beberapa kegiatan fotografi komersial. Peneliti berkedudukan sebagai partisipan moderat selaku praktisi fotografi. Data pesan makna foto meliputi foto pada situs web fotografer www.behance.net/ulzphotoporto dan wawancara informan terkait. Penyajian data dengan mendeskripsikan data objek penelitian berupa hasil produksi foto informan yang diinterpretasikan, dan keterkaitan hubungan logika desain pesan konsep pemikiran yang digunakan fotografer melalui beberapa wawancara, dan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian.

Teknik analisis menggunakan dasar teori Semiotika Sosial dari M.A.K. Halliday (Halliday, 1978), berupa pengaruh fungsional dimana sintaksis tidak hanya sistem aturan formal tetapi sumber interaksi sosial. Dikembangkan oleh van Leeuwen dengan alat analisis tiga Metafungsi dalam bahasa gambar dari Kress & van Leeuwen (2006). Teori Semiotika Sosial digunakan karena hubungan antara Penanda dan Petanda tidak semena-mena (*arbitrer*). Hubungan mempunyai motivasi, didasarkan pada kepentingan (*interest*) berupa pemilihan tanda dengan alasan tertentu dari pengguna tanda agar maksud tersampaikan. Prinsip dasar semiotika sosial tidak hanya berlaku pada teks tertulis, tetapi juga teks gambar (*visual*). Hal ini sama dengan semiotika dimana mulanya metode ini dipakai untuk teks tertulis, tetapi kemudian banyak digunakan untuk menganalisis teks kebudayaan, termasuk gambar visual (Eriyanto, 2019).

Semiotika sosial adalah metode yang digunakan untuk melihat bagaimana pembuat tanda (pengguna bahasa) memanfaatkan sumber-sumber semiotika yang ada dalam menyampaikan sesuatu (Eriyanto, 2019). Pada semiotika sosial berpandangan bahwa manusia pada dasarnya adalah pembuat Tanda (*Sign-maker*). Hal terkecil dalam sebuah tanda juga dapat dijadikan sebagai unit analisis. Yang nantinya akan mendapatkan hasil tambahan. Konsep dasar yang harus dipahami saat semiotika sosial ini akan digunakan sebagai metode analisis (Eriyanto, 2019), yaitu adanya vektor, partisipan dan garis tubuh. Terdapat tiga metafungsi dalam bahasa gambar menurut Kress & Leeuwen (2006), yaitu Representasi, Interaksi, dan Komposisional. Digunakan peneliti untuk mendeskripsikan pesan makna Representasi Naratif atau Konseptual, Interaksi dan Komposisi dalam sebuah foto. Sebagai langkah awal untuk mengetahui sumber

dan pesan makna pada karya foto *full-body shot* fotografer Ulyy Zoelkarnain. Peneliti mengumpulkan data foto pada situs foto, media sosial dan wawancara informan terkait.

Terdapat tiga metafungsi dalam bahasa gambar menurut Kress & van Leeuwen (2006), yaitu Representasi, Interaksi, dan Komposisional.

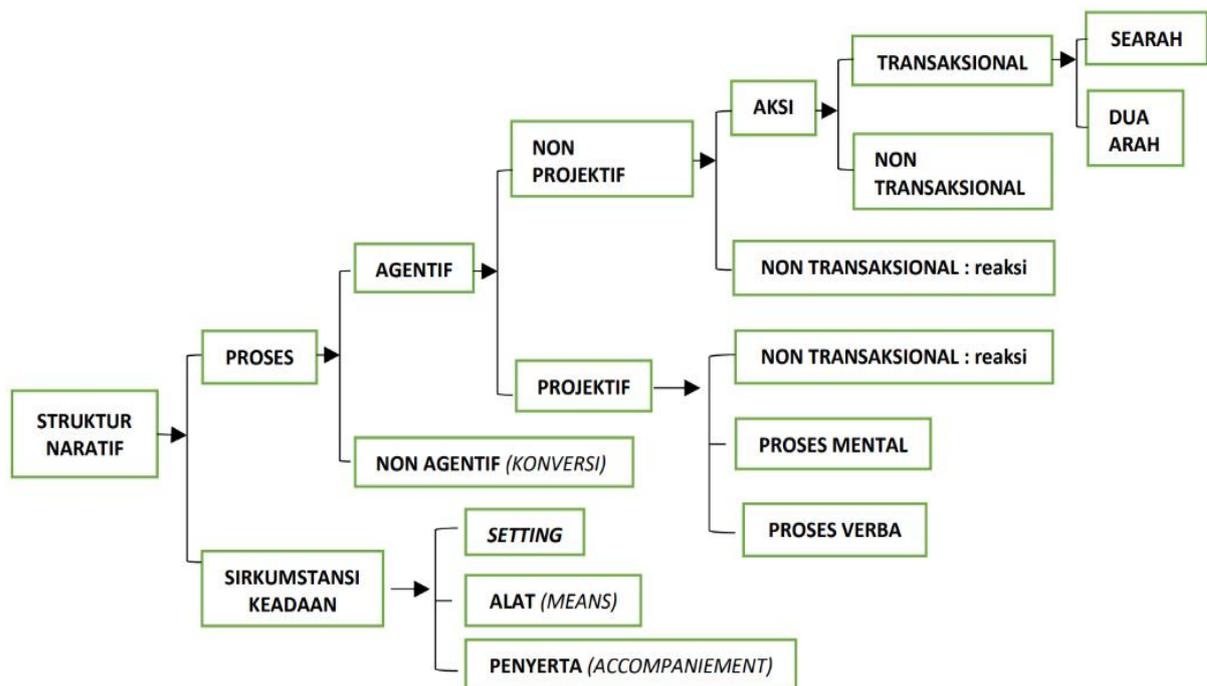


sumber : Kress & van Leeuwen (2006)

Gambar 1. Metafungsi dalam bahasa Gambar

Pada tataran pertama Representasi semiotika sosial membagi representasi ini menjadi dua bagian yaitu :

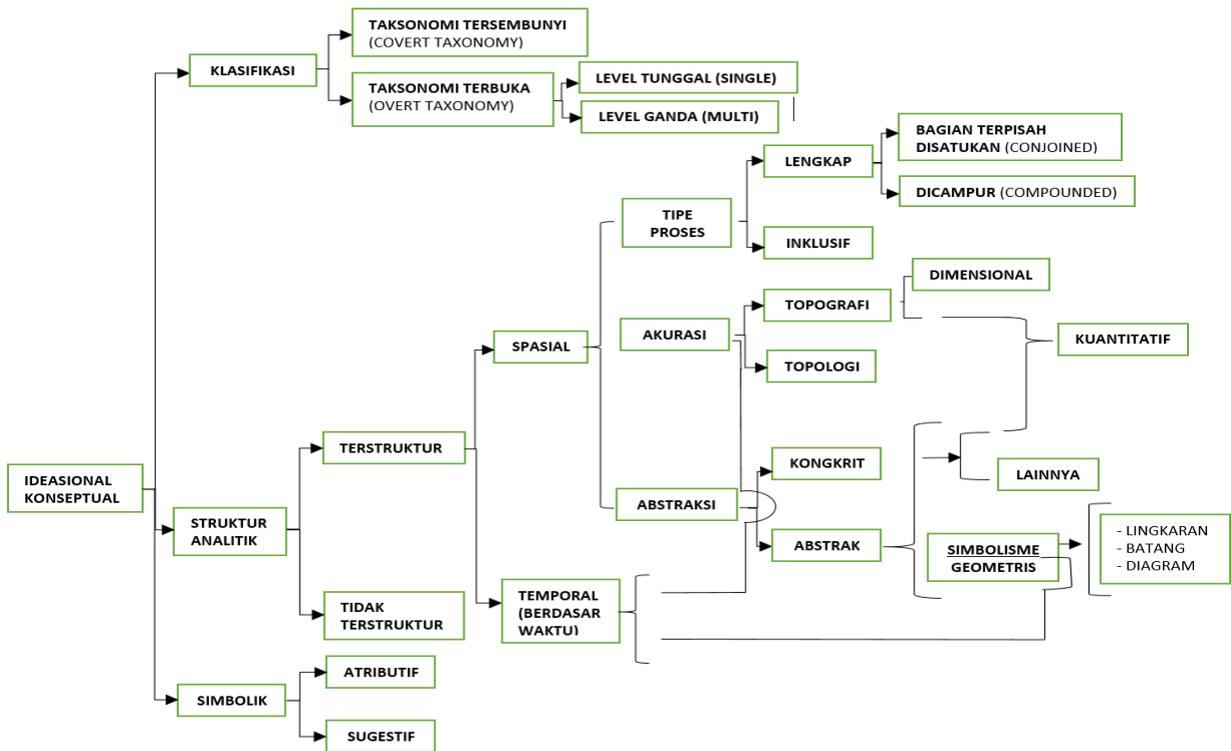
1. Naratif. Representasi naratif mengasumsikan gambar mempunyai struktur transitif dimana terdapat aktor, proses atau kegiatan.



Sumber : Kress & van Leeuwen (2006)

Gambar 2. Kerangka Analisis Representasi Naratif

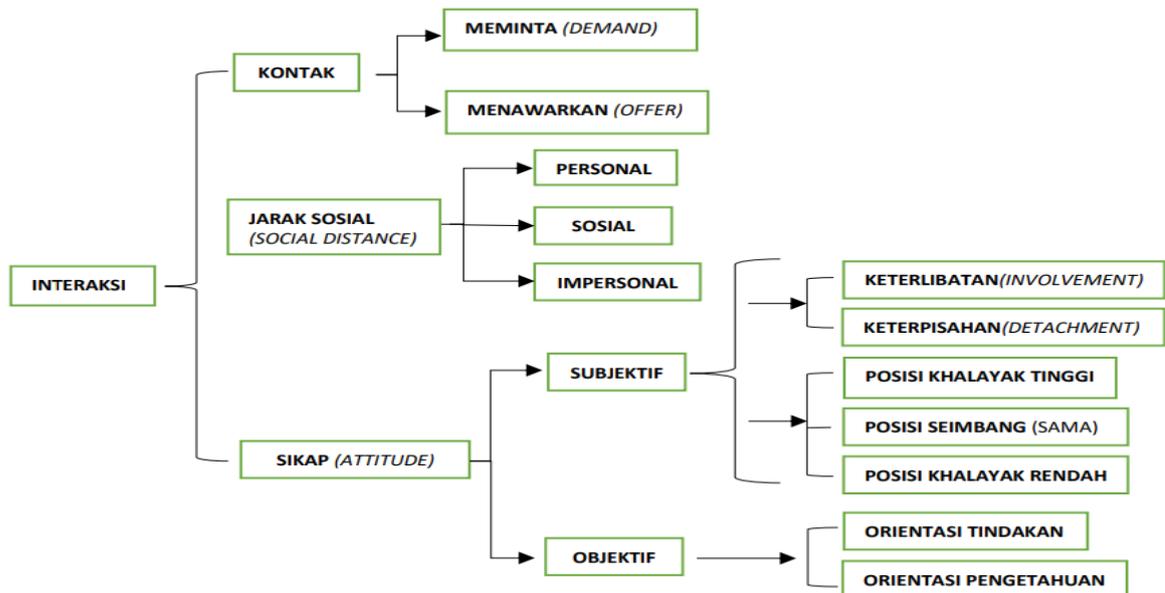
2. Konseptual. Representasi konseptual ini gambar didefinisikan menganalisis atau mengklasifikasikan orang, benda atau sesuatu. Dalam gambar terlihat sebuah bentuk analisis dan klasifikasi.



Sumber : Kress & van Leeuwen (2006)

Gambar 3. Kerangka Analisis Representasi Konseptual

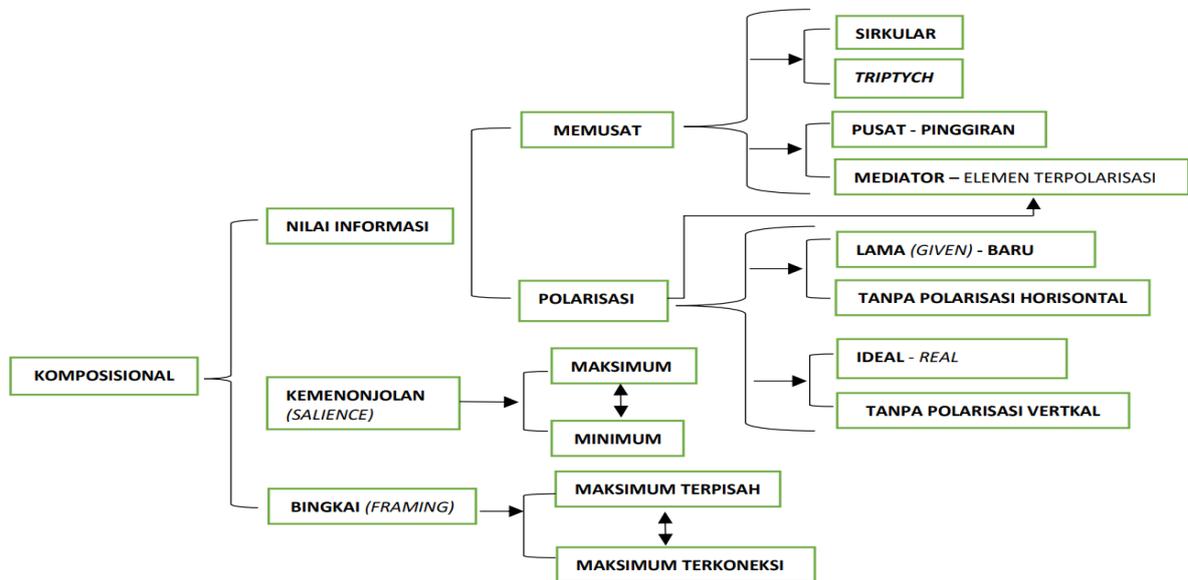
Pada tataran kedua Interaksi dimana gambar tidak hanya menampilkan gagasan atau ide yang ingin disampaikan kepada pemirsa, tetapi juga interaksi dengan pemirsa. Gambar dalam perspektif semiotika sosial ditujukan sebagai medium komunikasi.



Sumber : Kress & van Leeuwen (2006)

Gambar 4. Kerangka Analisis Interaksi

Pada tataran ketiga Komposisi, dimana gambar mengandung fungsi komposisional, menyatukan berbagai elemen sehingga membentuk satu kesatuan, dan ketika diterima oleh pemirsa maka gambar itu mempunyai arti atau makna. Tiga hal yang bisa dianalisis yaitu Nilai Informasi berkaitan dengan pemusatan atau polarisasi elemen dalam gambar, kemenonjolan (*eye catchy*) bagian tertentu dalam gambar ada yang ditonjolkan atau tidak, bingkai (*frame*) elemen dalam gambar terkoneksi atau tidak (Kress & van Leeuwen, 2006).



Sumber : Kress & van Leeuwen (2006)

Gambar 5. Kerangka Analisis Komposisional

Hasil deskripsi pesan makna foto dihubungkan dengan teori *Message Design Logic* (O’Keefe, 1988) yang digunakan peneliti terkait konsep utama bahwa individu memiliki cara penalaran yang berbeda tentang komunikasi. Barbara O’Keefe mengajukan tentang tiga logika dalam mendisain sebuah pesan dimulai dari yang tidak memusat (*least person centered*) hingga yang sangat terpusat (*most person centered*) (Littlejohn & Foss, 2010). Tiga Logika desain pesan tersebut adalah :

1. Logika Ekspresif (*Expressive Logic*). Memandang komunikasi sebagai suatu cara yang mengekspresikan diri dan untuk menyatakan perasaan dan pikiran. Pesan yang terdapat dalam logika ekspresif ini sifatnya transparan dan bereaksi dengan hanya memberi sedikit perhatian pada kebutuhan dan keinginan orang lain. Pada logika ekspresif sifatnya lebih ke diri sebagai pusat pesan dengan kata lain berpusat pada diri komunikator.
2. Logika Konvensional (*Coventional Logic*). Melihat komunikasi sebagai suatu permainan yang dimainkan dengan mengikuti sejumlah aturan. Alat untuk mengekspresikan diri adalah merupakan komunikasi, yang dilakukan menurut norma atau kebiasaan dan aturan yang diterima termasuk hak dan tanggung jawab masing-masing orang yang terlibat.
3. Logika Retorika (*Rhetorical Logic*). Mengarahkan pandangan komunikasi sebagai penciptaan, dan negosiasi pribadi dan situasi sosial. Dalam pandangan retorik untuk mencapai tujuan memanfaatkan pengetahuan sarana konvensional dengan melihat dan memanfaatkan pada fitur kontekstual dapat digunakan dalam proses komunikasi yang sederhana. Perlakuan semua maksud dan tujuan pada retorik ini adalah sebagai permasalahan negoisasi sosial, tidak melihat situasi dan pribadi seperti umumnya aturan komunikasi dan tidak melihat makna sesuatu yang tetap menurut bentuk dan konteks mereka.

Melalui tiga logika dalam mendesain pesan berupa logika ekspresif, logika konvensional dan logika retorika, dan kemudian triangulasi dilakukan terkait dengan logika pemikiran pesan yang diproduksi oleh fotografer dengan wawancara bertahap mendalam pada informan.

Selanjutnya penyajian data dengan mendeskripsikan data objek penelitian dari hasil produksi foto informan fotografer, dan menginterpretasikan hubungan keterkaitan dengan logika desain pesan konsep pemikiran yang digunakan fotografer melalui beberapa wawancara informan, serta triangulasi penarikan kesimpulan dari hasil penelitian. Diambil sebanyak 4 sampel foto *portrait full-body shot* dari proses tingkat kejenuhan (saturasi) data foto (Charmaz, 2006), mewakili 10 foto *portrait full-body shot* yang akan diteliti sebagai sumber semiotika dari fotografer Uly Zoelkarnain, pada situs jaringan www.behance.net/ulzphotoporto, dengan kategori pertama; foto *portrait full-body shot* dengan konsep *Message design logic* pada karya foto, dengan pemikiran pribadi fotografer Uly dan maknanya sebanyak 2 sampel karya foto. Dan kategori kedua adalah foto *portrait full-body shot* dari karya foto dengan pemikiran pesanan bersama (permintaan) antara fotografer Uly Zoelkarnain dan pihak pemesan foto (klien foto) dengan maknanya, sebanyak 2 sampel karya foto.

Asumsi peneliti pada analisis foto dengan logika desain pesan ini adalah ; bahwa setiap karya foto yang Uly Z produksi pesannya hanya menggunakan logika Ekspresif, seperti pada pemikiran umum setiap fotografer membuat foto dalam penciptaan karya fotografi. Bahwa fotografi adalah media yang akan digunakan sebagai luapan ekspresi terhadap pengenalan tentang diri yang telah digali. Kebebasan dalam fotografi dengan berekspresi memberikan ruang yang lebar dan keberagaman bentuk bahasa visual untuk menyampaikan hal-hal yang menjadi pemikiran seorang fotografer (Yuliana et al., 2018). Fotografer Uly Z sebagai pengirim pesan juga menentukan sendiri jenis tujuan yang berbeda menggunakan satu dari tiga Logika dalam desain pesan menurut O'Keefe, (1988) yaitu Logika Ekspresif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan permasalahan penelitian adalah konsep pemikiran logika desain pesan yang dilihat dari pesan yang dihasilkan pada sumber semiotika berupa foto karya fotografer. Dimana fotografer berada pada dua tarikan sebagai pekerja seni dan sebagai pekerja komersial foto, yang berarti mempunyai logika pemikiran desain tersendiri.

Uly Zoelkarnain adalah seorang fotografer komersial profesional dibidang *portrait-fashion*, bekerja selama 24 tahun konsisten dalam bidang fotografi komersial sejak tahun 1999. Sejak fotografi masih dalam bentuk analog konvensional menggunakan film *seluloid*, fotografer Uly sudah ber-eksperimen dalam karya fotografi dengan memberikan makna pada karya foto yang diproduksi. Dalam hal konsistensi yang ditekuni selama puluhan tahun, adalah satu hal yang istimewa karena sampai saat ini di Indonesia, fotografer yang berkutat pada bidang fotografi *portrait fashion* komersial tidak banyak jumlahnya.

Pada penelitian dideskripsikan bagaimana peran fotografer sebagai komunikator dalam memproduksi pesan melalui logika. Logika Produksi desain pesan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk membuat sebuah makna yang disampaikan dan diterima masyarakat sebagai bentuk komunikasi visual, dalam konteks karya foto *portrait full-body shot* atau *Long Shot*. Teori *Message design logic* memandang bagaimana seorang individu seperti fotografer Uly dalam memilih dan mengatur sebuah strategi agar pesan yang disampaikan efektif. O'Keefe, (1988) menyatakan bahwa manusia berpikir secara berbeda mengenai bagaimana berkomunikasi dan membuat pesan serta bagaimana manusia menggunakan logika yang berbeda dalam memutuskan apa yang harus dikatakan kepada orang lain pada situasi tertentu. Fotografer Uly Z mempunyai pemikiran sendiri untuk berkomunikasi visual dengan memutuskan menggunakan logikanya untuk memproduksi pesan yang akan disampaikan dalam makna karya fotonya.

Teknik analisis menggunakan analisis semiotika sosial dari hasil foto, dan mengolah logika pemikiran konsep desain produksi foto. Dengan mengumpulkan data foto meliputi foto pada situs web fotografer dan wawancara informan terkait sebagai berikut :

A. Analisis metafungsi dalam bahasa gambar dan *Message design Logic* Foto – 1

Penelitian ini menggunakan teori semiotika sosial sebagai metode dalam menganalisis karya foto fotografer Uly Zoelkarnain. Berbeda dengan beberapa teori semiotika, semiotika sosial mempertanyakan secara kritis pilihan dari pembuat gambar dalam hal ini fotografer Uly disini

berupa visual foto *portrait full-body shot* atau *long shot* dan efeknya bagi pembentukan sebuah makna. Tujuan dari analisis semiotika sosial adalah untuk mengetahui adanya hasil berupa makna atau isi foto yang dapat dibaca dari fotografer Ulyly yang disampaikan dengan logika pemikiran desain pesan pada pemirsa atau pengguna karya fotonya. Dalam semiotika sosial terdapat tiga metafungsi dalam bahasa gambar menurut Kress & van Leeuwen, (2006) yaitu Representasi, Interaksi dan Komposisional.

A.1. Analisis metafungsi dalam bahasa gambar Foto - 1



Sumber : <https://www.behance.net/ulzphotoporto>

Gambar 6. Foto -1 Renata Mariana ©Ulyly Zoelkarnain

Representasi naratif ditampilkan pada Foto-1, karena foto ini menunjukkan suatu aktivitas atau kegiatan (*doing*) dari seorang model. Pada foto ini Vektor adalah tangan model yang memegang dan memperlihatkan sebuah kerangka berbentuk bulat bola yang merepresentasikan bumi dengan guguran daun. Vektor bersumber dari seorang model, maka model pada foto adalah seorang Aktor. Sementara kerangka berbentuk bulat bola adalah sasaran (*goal*) karena menjadi sasaran dari vektor. Proses menggambarkan adanya suatu kegiatan partisipan yang dilakukan oleh aktor untuk mencapai tujuan (*goal*). Agentif ini ditandai dengan posisi partisipan dalam foto, dimana aktor digambarkan menempati satu posisi tertentu. Non projektif, adalah proses atau kegiatan dari partisipan pada foto tidak diberikan tulisan atau dalam bentuk narasi. Aksi partisipan sebagai aktor melakukan aksi memegang dan memperlihatkan kerangka bumi. Transaksional terdapat sasaran (*goal*) yang ditunjukkan oleh partisipan sebagai aktor, dalam foto ini berupa kerangka bumi dengan guguran daun. *Undirectional* atau searah pada foto terlihat detail pandangan mata kosong ke satu arah dari aktor sebagai *mother of earth*.

Representasi Interaksi (*interactive Meaning*) dengan pilihan dari fotografer Ulyly yang peneliti analisis disini sudut pengambilan gambar (*angle*), *frame*, fokus, warna, dan sebagainya. Terdapat kontak aktor *mother of earth* meminta perhatian (kepedulian) pada pemirsa untuk kehidupan bumi dan semesta. Jarak Sosial *Long shot*- tidak memperlihatkan kedekatan partisipan *mother of earth* dengan pemirsa foto. Pada Sikap - Subjektif- Keterlibatan, pemirsa diajak terlibat dengan arti makna foto untuk peduli menjaga kelestarian kehidupan bumi. Subjektif – Posisi Pemirsa rendah, menempatkan keberadaan pemirsa foto pada posisi yang lebih rendah dibandingkan posisi partisipan aktor *mother of earth* dalam foto. Secara arti makna sebenarnya ada kesesuaian bahwa posisi *mother of earth* adalah posisi yang lebih tinggi layaknya dianggap sebagai seorang ibu bumi yang harus dihormati. Pada kontak, peneliti melihat pada foto aktor ibu bumi selaku partisipan, diamati dari tatapan mata yang kosong dan gestur tubuhnya berinteraksi dengan pemirsa menunjukkan tentang kehancuran bumi. Meminta (*demand*), pada aspek ini aktor Ibu bumi meminta perhatian (atau kepedulian) pada pemirsa untuk peduli dengan

kehancuran akibat eksploitasi berlebihan pada bumi. Aspek jarak sosial, diperlihatkan fotografer Uly Z menggunakan jarak *Long shot pada foto ini*. Pemakaian jarak jauh ini menampilkan makna jarak yang jauh dari pemirsa foto, tidak ada kedekatan. Hanya ingin menyampaikan suatu pesan dengan tatapan kosong ke Gundahan. Jarak Sosial ke aspek Impersonal foto-1, menunjukkan hubungan antara partisipan pada foto dengan pemirsa foto bersifat jauh.

Kemudian Sikap (*attitude*) - Subjektif (Keterlibatan), terdapat ajakan partisipan pemirsa untuk terlibat (*involvement*) dengan partisipan dalam foto-1, partisipan pemirsa melihat dirinya sebagai bagian dari kehidupan di bumi dan semesta ini. Tataran Subjektif terkait dengan Sikap ini adalah posisi pilihan dari fotografer Uly Z untuk memilih sudut pengambilan gambar, dilakukan dengan pemilihan posisi kamera sedikit rendah (*low-angle*) ini, maka pada foto-1 menempatkan keberadaan pemirsa foto pada posisi yang lebih rendah dibandingkan posisi aktor *mother of earth* dalam foto. Secara arti makna sebenarnya ada kesesuaian bahwa posisi *mother of earth* adalah posisi yang lebih tinggi layaknya dianggap sebagai penjaga dunia semesta dan isinya.

Komposisional menampilkan Komposisi pada Foto -1. Nilai Informasi – memusat – Pusat pinggir, elemen panggung kayu (pusat pinggir) diibaratkan panggung kehidupan, pada foto-1 mengarahkan mata pemirsa menyatukan pandangan memusat ke elemen aktor ibu bumi yang memegang rangka bola bumi (Pusat), fotografer Uly Z memikirkan untuk meletakkan pusat perhatian (*point of view*) di tengah foto, maka pemirsa foto akan fokus dalam membaca arti makna foto. Kemenonjolan (*Saliency*) – Minimum, menunjukkan dimana penekanan makna dari fotografer Uly adalah pada keseluruhan bagian elemen foto yang harus diartikan maknanya, pesannya adalah bahwa *mother of earth*, bumi semesta, adalah sebuah panggung kehidupan. Bingkai (*framing*) - maksimum terkoneksi, yaitu vektor arah tangan yang menyatukan kuat koneksi antara aktor ibu bumi dan elemen sasaran rangka bola bumi yang menyatu dalam *point of view* pemirsa. Naturalisasi warna (van Leeuwen, 2011) dari alam, seperti hijau dan coklat yang digunakan fotografer Uly Z memadukan maksimal kekuatan dress hijau, daun hijau, panggung kayu coklat, adalah sebagai tonal warna yang tidak bertentangan pada konteks alam di foto-1.

Berdasarkan deskripsi data analisis makna pada Foto-1 tersebut, memperlihatkan bahwa makna foto-1 ini fotografer Uly Z mengungkapkan, foto ini adalah tentang kehidupan manusia yang harus peduli, dengan keadaan bumi berada dalam kerusakan pada ruang semesta, yang ditafsirkan sebagai panggung kehidupan semesta. Manusia yang merusak bumi seperti dalam kehidupan dunia panggung sandiwara. Dalam foto Gambar-1 peneliti melihat penggunaan ide utama yang kuat menggambarkan satu peristiwa, bercerita tentang kehidupan dunia dalam sebuah panggung sandiwara, digambarkan dalam foto dengan keberadaan bumi dan *mother of earth*.

A.2. Analisis Message Design Logic Foto - 1

Peneliti melihat proses logika desain pemikiran pribadi Uly Z memilih gaya bahasa visual yang halus (logika desain). Tidak dibebani keinginan orang lain. Dari wawancara sebagai berikut: “ Foto ini saya ingin menyampaikan pesan dunia yang semakin panas dan kepunahan pohon itu akibat ulah manusia yang mengeksploitasi hutan. Namun saya menerjemahkan konsep ini kedalam bahasa visual atau foto dengan gaya bahasa yang indah, bukan dengan gaya bahasa yang kasar, itu mengapa saya menggunakan pendekatan *fashion* ”.

Kemudian fotografer Uly mengartikan bahwa dari makna yang tampil juga menterjemahkan pesan non verbal dari pemesan foto. Fotografer Uly menggunakan media-media yang menjadi sumber semiotika dalam logika pemikirannya :

“ Referensi foto ini saya dapatkan dari hasil penelusuran di internet dari beberapa sumber yang berbeda dan kebanyakan memang dari foto-foto *fashion*. Sebelum melakukan pemotretan, saya menyiapkan bahan-bahan yang akan digunakan, bekerjasama dengan *props master*, yang membantu saya untuk menyiapkan benda-benda yang dibutuhkan untuk terciptanya konsep foto ini ”.

Proses pengkodean pemikiran dan perasaan berasal dari fotografer dimana ekspresi diri bersifat literal, pesannya terbuka dan reaktif secara alami terhadap isu-isu lingkungan sekitar fotografer Uly dalam membangun pemikiran, sedikit memperhatikan keinginan orang lain.

“ Ide foto saya dapatkan dari hasil bacaan dan penelusuran tentang isu apa yang sedang banyak diperbincangkan pada saat foto ini dibuat ”.

Berdasarkan deskripsi data analisis *message design logic* pada Foto- 1, terlihat bahwa fotografer Uly Z menggunakan logika desain Ekspresif dalam memproduksi pesan untuk memberikan makna pada karya foto- 1, yaitu dengan mengolah logika pemikiran pribadinya dengan latar belakang pengetahuan dan pengalaman dalam proses berfotografi sebelumnya. Proses produksi pesan dilakukan tanpa tekanan dan permintaan atau dominasi keharusan mengikuti aturan pemesan foto. Dari konfirmasi fotografer Uly Zoelkarnain menyebutkan; foto tersebut diproduksi dari yang fotografer Uly pikirkan. Berlandaskan dari apa yang sudah dipikirkan sebelumnya berhubungan dengan tema baju yang dipakai. Semua ditentukan fotografer Uly Z dalam eksekusinya.

B. Analisis metafungsi dalam bahasa gambar dan *Message design Logic* Foto – 2

B.1. Analisis metafungsi dalam bahasa gambar Foto - 2

Foto ke- 2 ini dipilih peneliti karena pada foto bagian dari tipe *portrait long shot* ini berukuran $\frac{3}{4}$ *long shot*, dengan maksud peneliti untuk melihat pengaruh atau efek pada makna interaktif yang dihasilkan apakah akan ada perbedaan makna tersendiri atau suatu keunikan tertentu. Kategori kedua foto- 2 dengan konsep *Message design logic* pada karya foto dengan pemikiran pribadi fotografer Uly. Pada foto ini sifatnya gabungan membentuk satu cerita utuh dari 2 jenis foto *portrait $\frac{3}{4}$ long shot*. Maka penulis mengobservasi pada foto ini sebelumnya dan ingin melihat makna interaktif yang didapat dari metafungsi bahasa dalam gambar (Kress & van Leeuwen, 2006).



Sumber : <https://www.behance.net/ulzphotoporto>

Gambar 7. Foto – 2 David NAIF ©Uly Zoelkarnain

Representasi naratif pada foto-2 ini menunjukkan suatu aktivitas atau kegiatan (*doing*) dari seorang model. Mirip dengan representasi foto-1, peneliti melakukan analisis karena mempunyai isi 2 buah foto dengan satu makna pada foto yang bercerita ini. Pada foto-2 ini vektor terbagi dalam 2 buah foto, dengan model aktor yang sama, pada foto pertama struktur vektor ada pada tangan kanan aktor dan telunjuk pada tangan aktor 1, pada foto kedua struktur vektor ada pada tangan kiri dari aktor 2 dengan kegiatan menghalau atau menepis. Proses menggambarkan adanya suatu kegiatan partisipan yang dilakukan oleh aktor untuk mencapai tujuan (*goal*). Agentif ini ditandai dengan posisi partisipan dalam foto, dimana aktor-1 disini digambarkan menempati satu posisi tertentu. Posisi mereka di 2 foto komposit ini tidak bisa dipertukarkan, seperti Aktor 1 pelempar sepatu menjadi Aktor 2 presiden Amerika Serikat tersebut dan berlaku sebaliknya. Aspek Non projektif, adalah kegiatan dari partisipan pada foto tidak diberikan tulisan atau dalam bentuk narasi. Proses aksi pada foto ini hanya ditampilkan dalam bentuk gambar saja. Tampak

pada foto ini aktor 1 dengan gerakan melempar pada tangan kanan, dan pada foto kedua aktor 2 sedang menangkis atau mencoba hindari serangan dari sepatu yang dilemparkan, fotografer Uly Z merepresentasikan satu peristiwa yang cukup terkenal tentang presiden Amerika dilempar sepatu saat sedang melakukan konferensi pers di tahun 2008 silam. Latar belakang Foto-2 fotografer Uly berikan bendera bertuliskan logo Distro pesanan yang dilaborasikan sebagai pengganti bendera Amerika Serikat. Aksi, yaitu partisipan sebagai aktor melakukan aksi gerakan melempar pada foto pertama. Vektor arah dari tangan aktor 1 adalah vektor yang peneliti gunakan untuk menunjukkan adanya aspek aksi pada foto ini. Transaksional terdapat sasaran (*goal*) yang ditunjukkan oleh partisipan aktor ke 2 sebagai sasaran pada foto kedua. Sasaran dengan jelas ditampilkan pada foto komposit kedua ini berupa gerakan reaksi aktor 2 untuk menghindari lemparan sepatu dari aktor-1 pada komposit foto kedua oleh Aktor-1. *Undirectional* atau searah, pada foto komposit pertama terlihat detail pandangan mata yang kuat lurus ke satu arah dari aktor 1 sebagai pelempar sepatu. Pandangan atau tatapan mata aktor-1 digunakan peneliti sebagai sebuah vektor yang mengarahkan (Jewitt & Oyama, 2004).

Representasi Interaksi, Fotografer Uly Z ingin menampilkan gagasan pada pemirsa fotonya, berinteraksi juga dalam hal ini dengan pemirsa foto. Untuk memperlihatkan ide-nya tentang sebuah *campaign* pada pemirsa foto. Saat membuat foto itu fotografer ikut berinteraksi, berkomunikasi dengan pemakai atau pengguna foto. Pada Kontak, peneliti melihat pada foto pertama aktor 1, diamati dari tatapan mata dan gestur tubuhnya berinteraksi dengan pemirsa menunjukkan sedang dalam posisi aksi melempar. Foto aktor ini diambil dari depan, jadi terlihat aktor seolah berkata-kata atau berinteraksi dengan pemirsa foto untuk menunjukkan aksi melempar saat itu. Meminta (*demand*) aktor 1 pada komposit foto, pemirsa seperti diajak (bersifat ajakan saja), fotografer bermaksud memperlihatkan detail cerita peristiwa pada foto dari sisi lain Aktor 1 sebagai pelempar sepatu, pada peristiwa pelemparan tersebut. Fotografer Uly bermaksud memperjelas peristiwa pelemparan itu dari reka ulang dalam komposit foto ke-2 ini.

Aspek Jarak sosial diperlihatkan fotografer Uly Z menggunakan jarak $\frac{3}{4}$ *long shot* pada foto ini. Pemakaian *medium shot* ini menampilkan jarak menengah dari pemirsa foto, tidak terlalu jauh, masih ada sedikit kedekatan. Aktor 1 memperlihatkan kemarahan dalam bentuk gestur tubuh dan gestur wajah dan bibirnya. Aktor 2 sebagai sasaran juga memperlihatkan kepanikkan dalam bentuk gestur tubuh dan gestur wajah dan bibirnya. Khalayak sebagai pemirsa foto disini seperti disebutkan, sebagai bagian yang diajak ikut menonton melihat peristiwa atau sebagai "mereka", bukan sebagai "kita", bagian dari peristiwa lempar sepatu tersebut. Aspek Sosial foto-2 komposit, hubungan antara partisipan pada foto dengan pemirsa foto tidak terlihat dekat ataupun jauh. Pemirsa masih dapat mengetahui aktivitas dari partisipan. Detil dari partisipan-partisipan terlihat dengan baik pada komposit foto -2. Fotografer Uly menggunakan $\frac{3}{4}$ *long shot* dapat menampilkan keadaan sesuai peristiwa lebih detil secara keseluruhan sebuah makna cerita langsung, tentang peristiwa lempar sepatu tersebut.

Sikap (*Attitude*) pada Subjektif (Keterlibatan) ini terdapat ajakan partisipan pemirsa untuk terlibat (*involvement*) ikut melihat, menarik ke arah peristiwa fenomenal lempar sepatu itu, dalam komposit foto-2. Foto mengajak melihat peristiwa menarik ini, kemudian fotografer Uly Z dengan kolaborasi pemikirannya mengarahkan detail isi foto ke arah bendera Amerika yang dikondisikan dengan logo dari sebuah distro pakaian. Dari sisi sudut arah pengambilan, fotografer Uly Z mengambil dengan sudut pengambilan foto dari arah depan (*straight-shot*) mengajak pemirsa melihat isi foto dengan produksi pesan pada komposit foto-2, dengan logika pemikiran memberikan arti seolah-olah peristiwa pada komposit foto-2 tersebut adalah peristiwa yang sangat menarik, untuk maksud untuk dicermati oleh "kita". Subjektif (Posisi Pemirsa Seimbang), yaitu fotografer Uly Z memilih sudut pengambilan gambar posisi yang sejajar sama (*eye-level*) dengan aktor pada komposit foto-1, posisi sudut pengambilan dari atas (*high-angle*) dari partisipan aktor pada foto-2 (van Leeuwen, 2008).

Komposisional, dari analisis peneliti bahwa Informasi pada komposit foto-2 nilai adalah memusat, dicermati dari kesatuan cerita (*text visual*) dua foto ini. Komposisi Kiri-Kanan terjadi pada komposit ini karena penyatuan gambar yang terbagi dua sisi yaitu bagian kiri dan kanan. Adanya pemisahan berupa garis batas foto pada komposit foto-2 ini, maka pilihan komposisi memusat ada pada komposisi *Triptych* horisontal. Kemenonjolan pada komposit foto-2 diatas

adalah Maximum, foto dibuat dengan latar belakang gradasi yang cahaya yang kuat pada bagian tengah foto- 2, Bingkai (*framing*) - maksimum terkoneksi dengan vektor arah tangan melempar yang menyatukan maksimal koneksi antara aktor 1 dan aktor 2 sebagai sasaran (goal) terhubung dengan elemen sepatu yang kuat (*eye-catchy*). Warna dari foto kesatu dengan saturasi sedikit rendah menuju foto kedua dengan latar belakang bendera *distro Infamous Classic* dengan warna merah dan biru begitu cemerlang, mampu mengarahkan mata dari foto pertama menuju foto kedua membentuk alur dari kiri ke kanan. Kontras yang kuat terjadi pada latar belakang komposit foto- 2 ini.

Makna komposit foto- 2 ini adalah tentang penggunaan reka ulang suatu peristiwa dimungkinkan dalam komunikasi visual produksi pesan, dapat dimanfaatkan untuk kepentingan tertentu. Ada kekuatan pesan dan keunikan yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan sebuah komunikasi visual bidang fotografi. Dari deskripsi pesan gambar yang ditampilkan, peneliti melihat sifat elaborasi desain pesan dari fotografer dan pemakai jasa yaitu pihak *distro* yang mengenakan logo *brand distro* pemesan. Penggunaan partisipan sepatu dengan merek tertentu juga digunakan dalam pesan foto. Pesan kontras dan warna yang mencolok juga disampaikan pada komposit foto- 2 ini.

B.2. Analisis Message Design Logic Foto- 2

Peneliti melihat komposit Foto- 2, penggunaan ide utama yang merupakan pengulangan peristiwa memalukan bagi presiden Amerika Serikat George Bush pada tahun 2008, merupakan satu bentuk logika pemikiran pesan fotografer sendiri yang diberikan dengan makna yang digunakan untuk *campaign* sebuah *distro fashion*, kemudian disisipkan ide berdasarkan pesanan klien dengan kemiripan bendera Amerika yang bermerek *Distro Infamous Classic* dan penggunaan sepatu sebagai produk yang dijual *distro* tersebut. Mengarah pada indikator logika desain pesan Retorik. Proses logika desain pemikiran pesan Uly Z merefleksikan dalam komunikasinya berpatokan atau mengabdikan pada struktur (perhatian orang) dan membentuk realitas (untuk memperhatikan dan membicarakan foto) :

“ Dari pemikiran untuk membuat foto yang menarik dan membuat orang yang melihat foto ini untuk tidak sekilas saja melihatnya, bisa mencuri perhatian orang untuk lebih memperhatikan dan membicarakan foto yang akan dibuat.”

Peneliti melihat dari hasil makna komposit foto -2 fotografer Uly Z melakukan negosiasi dengan tim kreatif dan ajuan ke pemesan foto, isi partisipan foto tentang penggunaan logo *brand* dan produk sepatu yang dijual *distro*, dari hasil deskripsi makna semiotika sosial pada komposit foto-2. Kemudian dari hubungan tentang Logika yang memandang komunikasi sebagai suatu cara mengubah aturan melalui negosiasi, maka ditemukan logika yang digunakan fotografer Uly pada komposit foto- 2 ini adalah logika Retorik. Pada wawancara juga terdapat hal terkait :

“ hasil diskusi dengan tim kreatif dan saya, kita putuskan untuk membuat konsep foto parodi yang mereplika foto kejadian pelemparan sepatu dari seseorang pada presiden Bush di tahun 2008. Saya mengajukan konsep ini karena foto ini ditujukan untuk mempromosikan sepatu *Infamous* buatan lokal dengan desain gambar grafik yang dibuat oleh model yang akan difoto, yaitu David Naif ”.

Peneliti melihat ide yang didapatkan pada komposit foto-2 melalui riset tentang peristiwa dunia yang menarik, tetapi juga memikirkan desain pesan juga untuk penempatan produk sebagai partisipan pada foto. Fotografer Uly menetapkan desain pesan dengan caranya memfasilitasi beragam instrumen penyesuaian yang harus dilakukan dan menetapkan tujuan. Referensi menunjukkan ragam instrumen yang digunakan fotografer Uly Z untuk menyatukan tujuan pesan. Indikator tersebut terkait dengan logika desain pesan Retorik pada teori *message desain logic*, dimana wawasan ide mengandung pesan dirancang cenderung fleksibel, penuh wawasan dan berpusat pada pemesan. Yang disebutkan fotografer Uly sebagai berikut :

“ Ide ini didapat berdasarkan kejadian yang pernah menjadi perbincangan dan ada relasinya dengan sepatu. Ini mengambil kejadian pelemparan sepatu pada Presiden Bush saat itu, selain kejadian ini sangat banyak dibicarakan, kejadiannya juga sudah lewat satu tahun dan pada masa itu, gaya foto parodi menjadi perhatian dan minat saya saat itu. Foto ini ide awalnya memang seratus persen saya yang mengutarakan pada pemesan foto, namun untuk kebutuhan

pemesan foto ada beberapa penyesuaian yang harus dilakukan, hingga foto tersebut bisa mewakili gaya komunikasi dari perusahaan pemesan foto. Sebagai referensi saya banyak mendapatkan dari foto-foto berita dan juga saat melakukan penelusuran, sudah ada beberapa brand sepatu dan fashion yang menggunakan konsep yang sama ”.

Dari makna komposisional komposit foto- 2, peneliti melihat fotografer Ulyly menerapkan komposisi *Triptych*-horizontal dengan penempatan komposit foto kiri ke kanan. Ini merupakan penerapan fleksibel dengan wawasan dari fotografer yang membawa ide dari pemesan. Representasi makna foto interaktif juga memperlihatkan hal perubahan dari ide partisipan bendera yang digunakan dan partisipan sepatu bermerek *brand* yang dijual. Ini mengindikasikan penerapan hal perubahan negosiasi yang terdapat pada logika desain Retorik. Dari pernyataan fotografer Ulyly menyebutkan:

“ Sebagai fotografer yang dipercaya untuk melakukan foto promosi perusahaan pemesan, perlu juga untuk melakukan penyesuaian dan memahami bagaimana cara berkomunikasi pemesan hingga nanti hasil akhir foto sesuai dengan harapan, dan tak terlihat meniru foto-foto yang sudah pernah dibuat atau dimuat pada media ”.

Berdasarkan deskripsi data analisis *message design logic* pada komposit Foto-2 tersebut, terlihat bahwa fotografer Ulyly menggunakan logika desain Retorika dalam memproduksi pesan untuk memberikan makna pada karya foto- 2, yaitu dengan mengolah logika pemikiran pribadi bersama dengan tim kreatifnya, kemudian melakukan negosiasi-negosiasi desain pesan dengan pemesan foto. Desain pesan dirancang cenderung fleksibel, penuh wawasan dan berpusat pada pemesan. Fotografer Ulyly menyebutkan hal yang utama diminta klien dari unsur sepatu dan logo *distro* diberikan *chequer flag* diimajinasikan dari bendera Amerika itu, untuk ditampilkan sebagai klimaks pada sekuen foto komposit -2 ini.

C. Analisis metafungsi dalam bahasa gambar dan *Message design Logic* Foto - 3

C.1. Analisis metafungsi dalam bahasa gambar Foto - 3

Peneliti melihat penggunaan ide utama yang unik dan tidak biasa dalam makna isi foto, dari foto- 3 ini menimbulkan suatu ketertarikan untuk melihat terjemahan makna isi foto- 3 ini.



Sumber : <https://www.behance.net/ulzphotoporto>

Gambar 8. Foto – 3 Butet Kartaredjasa ©Ulyly Zoelkarnain

Representasi Konseptual foto- 3 ini tidak menunjukkan suatu aktivitas atau kegiatan (*doing*) dari seorang model. Pada foto- 3 ini konsepnya adalah tentang suatu hubungan. Hubungan tentang sebuah jabatan, seorang Butet kartaredjasa menjadi seorang raja. Foto, benda atau orang

diklasifikasi, dianalisis dan didefinisikan oleh foto atau gambar (Jewitt & Oyama, 2004). Cara melakukannya benda atau orang berbeda diletakkan dalam satu foto atau gambar, kemudian akan didistribusikan simetris dalam foto atau gambar maka akan terlihat berupa sebuah analisis atau menjadi sebuah klasifikasi (Jewitt & Oyama, 2004). Pada foto- 3 ini foto diklasifikasi menunjukkan partisipan Butet menjadi seorang raja.

Struktur Analitik tidak terdapat kategori atau klasifikasi. Terdapat Diskriminasi lewat *Carrier-Possesive Atribut* dimana fotografer Uly Z dalam seleksinya memilih mahkota emas dan tongkat emas kerajaan sebagai atribut yang paling cocok untuk menggambarkan seorang Raja pada partisipan Butet. Untuk pemilihan busana atau *outfit* fotografer Uly Z menggunakan logika pilihannya dengan memakai sumber semiotika selimut bulu sebagai pengganti jubah Raja. Dengan memakai jubah Selimut bulu sebagai jubah raja ini, mempunyai maksud hubungan dengan profil Butet sebagai raja komedian dan sebagai budayawan. Aspek Terstruktur jelas terlihat fotografer Uly Z memilihkan atribut–atribut untuk mendukung penyandang (*carrier*) atau Butet sebagai seorang komedian, fotografer Uly memberikan atribut yang tepat berupa atribut Mahkota emas, jubah selimut coklat gelap dan tongkat emas kerajaan itu sebagai *Atribut Posesif* (Selektif). Aspek Spasial foto- 3, melihat hubungan antara partisipan Raja dan atribut posesif akan dilihat dari dimensinya. Pada foto-3 partisipan raja ini digunakan dimensi waktu, sifatnya temporal. Aspek Simbolik ini, partisipan tidak melakukan sesuatu atau *doing* pada kategori ini. Partisipan Raja di foto ingin menampilkan citranya lewat simbol dalam foto dengan pemakaian mahkota emas, jubah selimut dan tongkat emas kerajaan. Proses simbolik ini ditunjukkan oleh partisipan tidak melakukan suatu pekerjaan atau kegiatan yang tidak dapat ditafsirkan sebagai suatu tindakan. Aspek Atributif ini fotografer Uly Z menggunakan mahkota dan tongkat kerajaan dengan warna unggul eksklusif yaitu warna emas, kemudian pemilihan jubah selimut tidur untuk seorang raja diidentikkan dengan profesi Butet sebagai seorang Komedian. Hal ini memberikan makna unik tersendiri bagi pemirsa foto dan terlihat sangat konyol tetapi sikapnya elegan.

Interaksi (*interactive Meaning*) berupa Kontak dimana partisipan Butet tampil memberikan penawaran pada foto-3. Partisipan tidak melihat pada pemirsa, tetapi melihat ke arah lain dari pemirsa, peneliti mengamati melalui gestur dari partisipan dan pandangan mata (*gaze*). Tidak mengarahkan pandangan mata ke pemirsa. Partisipan hanya menawarkan dengan gaya nyeleneh seorang komedian, tidak meminta pada pemirsa untuk mengajak terlibat pada aksinya. Jarak Sosial – Impersonal pengambilan *long-shot* tidak memperlihatkan kedekatan partisipan raja Butet dengan pemirsa foto. Sikap - Subjektif – Keterpisahan, pemirsa dengan partisipan ada keterpisahan (*detachment*), partisipan menawarkan pemirsa untuk melihat tingkah laku, dan pakaian nyeleneh Raja ini dengan arti makna pada foto untuk melihat lebih dalam, sikap partisipan raja terlihat seperti tidak peduli dari tatapan mata–nya (*Gaze*). Subjektif – Posisi Seimbang, fotografer Uly dengan sudut pengambilan gambar *eye-level angle* menempatkan keberadaan pemirsa foto pada posisi yang sama dengan posisi partisipan raja dalam foto. Dengan arti makna sebenarnya partisipan raja ini ingin memperlihatkan kepintarannya, tetapi jika dilihat pemirsa, raja terlihat bodoh tidak berwibawa.

Pada tataran Komposisional, peneliti melihat bagaimana foto-3 ini mengorganisasi sebuah informasi. Pilihan-pilihan dari fotografer Uly peneliti analisis yaitu, nilai Informasi - Memusat - Sirkular - Pusat pinggiran dimana elemen tongkat emas Kerajaan (pusat pinggiran) yang dipegang raja pada foto-3 mengarahkan mata pemirsa menyatukan pandangan memusat ke elemen aktor raja dengan mahkota dan jubah selimut coklat besar (Pusat). Fotografer Uly Z memikirkan untuk meletakkan pusat perhatian (*point of view*) di tengah foto, maka pemirsa foto akan fokus dalam membaca atau melihat isi foto. Kemenonjolan (*Saliency*) - Maksimum yaitu penekanan makna dari fotografer pada bagian elemen foto berupa Selimut coklat gelap terlihat berukuran besar (cenderung kebesaran) dan menjadi kelucuan yang tak lazim, untuk digunakan sebagai jubah seorang Raja. Bingkai (*framing*) - maksimum terkoneksi yaitu elemen dalam foto-3 berupa, tongkat kerajaan, mahkota emas dan mimik wajah partisipan raja mampu menyatukan kuat koneksi antara elemen ke arah elemen sasaran berupa jubah selimut coklat tua dan ketelanjangan raja. Ditambah latar belakang dengan set pencahayaan gradasi memusat pada subjek tubuh raja. Warna dari foto-3 seperti Abu-abu, coklat dan warna emas yang digunakan

fotografer Uly Z, memadukan maksimal kekuatan pemakaian tonal warna yang tidak bertentangan dengan keadaan suatu kerajaan di foto-3.

Berdasarkan deskripsi data analisis makna pada Foto- 3 tersebut, peneliti melihat bahwa makna foto - 3 ini adalah tentang foto dari seorang raja besar (dalam hal ini dimaknai oleh seorang komedian terkenal Butet Kartaredjasa) yang selalu merasa pandai, tetapi tidak mengerti tentang suatu keadaan tertentu dan mampu dibohongi oleh hanya seorang pembuat baju. Makna ringkas menurut peneliti yaitu seorang raja dengan jabatan atau kedudukan yang tinggi dalam kuasa tetapi cara berpikrinya sempit, yang akhirnya Raja tersebut kelihatan bodoh dalam kenyataannya. Peneliti melihat pada foto-3 ini ada bentuk narasi sendiri yang sudah dikemas dengan permintaan tertentu, sebagai bentuk sindiran atau teguran pada suatu keadaan (politik) yang terjadi saat foto diproduksi. Fotografer dalam foto ini hanya berusaha mengikuti pesan arahan dari pemakai foto dengan pemakaian teknis fotografi yang berusaha menyatukan dengan konsep ide pemikiran pada desain pesan foto - 3 ini. Komposisi, *framing* dan warna adalah bagian dari desain pemikiran yang diberikan fotografer Uly untuk merepresentasikan dan mengkomunikasikan maksud atau ide konsep foto yang dimaksud, ataupun dipesan oleh pengguna foto ini. Konfirmasi diberikan fotografer Uly Z bahwa foto -3 ini merupakan konseptual ide berangkat dari pemikiran desain pesan foto konsep yang direpresentasikan.

C.2. Analisis *Message design Logic* Foto– 3

Peneliti melihat penggunaan ide utama yang unik dan tidak biasa dalam makna dari foto - 3 ini, bahwa pemikiran ide desain pesan terlihat berdasarkan pada suatu keadaan situasi (politik) tertentu dan digunakan sebagai desain konsep untuk menyampaikan pesan makna dengan sebuah foto. Dimana ide konsep pemikiran pesan ini dimiliki oleh pengguna foto, yang diberikan pada fotografer untuk membantu dengan kemampuan teknis dan keahliannya menciptakan situasi adegan tentang suatu keadaan. Mengindikasikan bahwa desain pesan berupa konsep ide pada foto ini kuat berasal dari keinginan pemesan foto. Dengan penggunaan pose dan mimik yang harus diarahkan oleh fotografer Uly untuk mendapatkan pesan makna yang diinginkan pemesan foto ini. Juga komposisi, *framing*, warna yang telah disebutkan pada analisis makna foto-3 diatas. Hal ini adalah bagian teknis fotografi yang harus dilengkapi oleh seorang fotografer dengan keahlian seni fotografinya. Tambahan dengan pemakaian partisipan seorang komedian besar (raja komedi) yang sering bersinggungan dengan keadaan politik suatu wilayah seperti dictator atau kaum kapitalis. Hal pemikiran desain pesan semua dilakukan berdasarkan berdasarkan aturan, kesepakatan, dan prosedur tertentu. Hal tersebut diatas menunjukkan pada indikator penggunaan logika desain Konvensional. Dukungan akan hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan fotografer yaitu :

“ Foto ini dirancang untuk kebutuhan foto cover dan profil majalah *The Jakarta Weekender*, tim redaksi menghubungi saya dengan sebuah ide tentang cerita anak-anak tentang raja dan baju yang tak terlihatnya ”.

Berdasarkan deskripsi data analisis makna pada Foto-3 tersebut, terlihat bahwa fotografer Uly Z menggunakan aturan dengan keteraturan berupa kesepakatan dan prosedur dalam memproduksi pesan untuk memberikan makna pada karya foto-3, mengindikasikan penggunaan logika desain Konvensional. Pernyataan dari fotografer adalah sebagai berikut :

“ Tokoh yang akan difoto adalah Butet Kartaredjasa, seorang monolog yang menurut majalah ini diangkat karena beliau adalah raja komedian, itu mengapa foto ini saya buat dengan pendekatan foto yang menggunakan pencahayaan klasik, dengan bayangan yang tegas dan sudut pengambilan yang rendah, untuk menggambarkan kesan megah, dan besar dari seorang raja yang mampu dibohongi oleh seorang pembuat baju ”.

Dalam komunikasi desain dan proses produksi pesan berupa hasil makna foto- 3 ini, ada aturan dan norma yang diterima bersama dengan pemesan foto, dan komunikasi terlihat berlangsung dengan sopan dan tertib. Adalah satu hal mengindikasikan fotografer Uly Z menggunakan logika desain pesan Konvensional. Dari pernyataan fotografer juga menyebutkan: “ Referensi didapat dari lukisan-lukisan potret raja-raja abad 15 dan foto-foto bangsawan abad 18-19, juga foto-foto tokoh dari Jusuf Karsh atau Philippe Halsman. Namun saat eksekusi akan disesuaikan dengan gaya saya sendiri dan tetap terlihat lebih modern ”.

Seperti dijelaskan interaksi ide foto- 3 berdasarkan aturan, kesepakatan, dan prosedur-prosedur tertentu. Peneliti membaca hasil makna semiotika dari foto-3 ini memiliki makna yang tidak lazim (kebutuhan khusus) dengan hasil yang diluar kebiasaan estetika sebuah foto pada umumnya, kemudian mempunyai tujuan komunikasi dari pemesan foto, dan sejak awal proses penciptaan karya fotografer Uly Z melakukan proses komunikasi dengan mendapatkan ide awal dari tim kreatif. Dapat dilihat dalam pernyataan fotografer Uly tentang hal ini sebagai berikut :
“ Foto ini, ide awal berasal dari tim kreatif majalah, namun untuk eksekusi *visual* dipercayakan sepenuhnya pada saya sebagai fotografer. Saya banyak terbantu dengan sang aktor pak Butet yang sudah sangat berpengalaman, hingga saya hanya butuh menyesuaikan *wardrobe* baju yang digunakan, dengan imajinasi saya tentang raja dan juga karakter yang ada dalam imajinasi saya untuk di padukan dengan karakter dari pak Butet, yang mahir bermonolog dan memainkan karakter wajah ”.

Dari indikator-indikator yang ditemukan peneliti dan data wawancara disimpulkan bahwa pada foto- 3 ini fotografer Uly Z menggunakan logika desain pesan Konvensional.

D. Analisis metafungsi dalam bahasa gambar dan *Message Design Logic* Foto-4

D.1. Analisis metafungsi dalam bahasa gambar Foto- 4

Peneliti melihat pada foto-4 ini mempunyai nilai estetika secara umum pada sebuah foto. Secara langsung akan terlihat keindahan elemen, kontras dan warna pada isi foto, dari foto- 4 ini akan dilihat deksripsi semiotika sosial makna pada foto.



Sumber : <https://www.behance.net/ulzphotoporto>

Gambar 9. Foto – 4 model foto: Nuri Maulida ©Uly Zoelkarnain

Representasi naratif pada foto-4 ini foto ini menunjukkan suatu aktivitas atau kegiatan (*doing*) dari seorang model. Pada foto ini vektor adalah tangan model yang memegang elemen berbentuk bulat yang merepresentasikan pohon berukuran sedang sebagai latar depan model di foto- 4. Karena vektor bersumber dari seorang model, maka model pada foto adalah seorang Aktor. Sementara benda bulat yang direpresentasikan sebagai pepohonan ukuran *medium* untuk *foreground* berbentuk bulat bola adalah sasaran (*goal*) karena menjadi sasaran dari vektor. Pilihan pada Struktur Representasi Naratif Foto-4 pertama adalah Proses, menggambarkan adanya suatu kegiatan proses seorang model dalam foto ini diibaratkan sebagai seorang perempuan muda yang cantik dan ceria seperti berada disuatu tempat yang identik dengan sebuah taman yang bernuansa cerah. Aktor itu sedang memegang sebuah elemen bundar yang diibaratkan pepohonan seperti gambaran cerita negeri dongeng, yang sedang berada di suatu taman. Tataran Agentif, ditandai dengan posisi partisipan dalam foto digambarkan menempati satu posisi tertentu, sebagai aktor (memegang elemen kayu bundar), dan partisipan pepohonan kayu adalah sasaran atau tujuan (*goal*), yang dipegang oleh model sebagai aktor. Posisi mereka di foto- 4 tidak bisa dipertukarkan, seperti pepohonan kayu menjadi Aktor model. Tataran Non

projektif, proses atau kegiatan dari partisipan pada foto tidak diberikan tulisan atau dalam bentuk narasi. Proses aksi pada foto ini hanya ditampilkan dalam bentuk gambar saja. Aktor sebagai seorang putri, berdiri dalam sebuah lokasi seperti taman dalam negeri dongeng, fotografer Ulyly representasikan melalui *set property* pemotretan dalam ruang studio. Tataran Aksi, partisipan sebagai aktor melakukan aksi memegang dan menyentuh elemen kayu bundar. Vektor arah dari tangan model adalah vektor yang peneliti gunakan untuk menunjukkan adanya tataran aksi pada foto ini. Aktor ini memegang dan menyentuh elemen kayu bundar. Tataran Transaksional, terdapat sasaran (*goal*) yang ditunjukkan oleh partisipan sebagai aktor. Sasaran dengan jelas ditampilkan dalam foto ini berupa elemen kayu bundar yang diperlihatkan oleh aktor. Vektor pada foto ini mengarah kepada partisipan elemen kayu bundar warna *orange* sebagai sasaran. Tataran *Undirectional* atau searah, pada foto terlihat detail pandangan mata ke satu arah dari aktor sebagai seorang putri. Pandangan atau tatapan mata aktor digunakan peneliti sebagai vektor yang mengarahkan (Jewitt & Oyama, 2004).

Pada Representasi Interaksi, kontak peneliti melihat pada aktor partisipan, diamati dari tatapan mata dan gestur tubuhnya berinteraksi dengan pemirsa menunjukkan tentang sebuah keadaan ceria. Foto partisipan ini diambil dari depan, jadi terlihat aktor seolah berkata-kata atau berinteraksi dengan pemirsa foto untuk menunjukkan keberadaannya pada tempat atau taman yang indah itu. Aspek Meminta (*demand*), Aktor meminta perhatian pada pemirsa untuk melihat indahnya pakaian yang dikenakan dan merasakan suatu keadaan taman dengan imajinasi keindahan. Digambarkan oleh fotografer Ulyly pada aktor memegang atau menyentuh elemen pepohonan terbuat dari kayu, untuk maksud memperlihatkan pada pemirsa keindahan pakaian, lokasi dan kecantikan seorang putri dalam suatu imajinasi.

Aspek Jarak sosial diperlihatkan fotografer Ulyly Z menggunakan jarak *Long shot* pada foto ini. Pemakaian jarak jauh (*Long shot*) ini menampilkan jarak yang jauh dari pemirsa foto, tidak ada kedekatan. Hanya ingin menyampaikan suatu pesan tentang cerita seorang putri dengan pakaian yang bagus dengan keindahan alam imajinasi. Hal pemakaian tipe *Long shot (fullbody shot)* ini dimaksudkan fotografer Ulyly, bahwa dalam fotonya menggambarkan semua bentuk-bentuk dan rasa keindahan di alam imajinasi. Peneliti melihat Kejauhan jarak tipe *long shot* dari foto juga mengungkapkan, bahwa pada foto-4, pemirsa adalah sebagai bukan bagian dari kehidupan alam imajinasi itu, karena sifat kehidupan alamnya yang bukan merupakan realitas. Manusia sebagai pemirsa foto disini seperti disebutkan sebagai bukan bagian atau "mereka", bukan sebagai "kita" bagian dari kehidupan dalam imajinasi tersebut (Kress & van Leeuwen (2006); (van Leeuwen, 2008); (Jewitt & Oyama, 2004). Aspek Impersonal foto- 4, hubungan antara partisipan pada foto dengan pemirsa foto bersifat jauh. Pemirsa tidak mengetahui detil dari partisipan atau aktivitas yang dilakukan oleh partisipan. Detil dari partisipan-partisipan memang tidak terlihat dengan jelas di foto.

Sikap (*Attitude*) - Subjektif (Keterlibatan) terdapat ajakan pada partisipan pemirsa, untuk terlibat (*involvement*) dengan partisipan dalam foto- 4, partisipan pemirsa melihat dirinya sebagai bagian dari kehidupan di alam majinasi. Foto mengajak pemirsa untuk menikmati kecantikan seorang putri, keindahan pakaiannya dan keindahan alam imajinasi. Orang melihat foto- 4 ini akan merasa diajak untuk seolah-olah berada di alam imajinasi itu. Dari sisi sudut arah pengambilan, fotografer Ulyly Z mengambil sudut pengambilan foto dari arah depan (*straight*) mengajak keterlibatan pemirsa dengan produksi pesan pada foto- 4, dengan logika pemikiran memberikan arti seolah-olah keadaan pada foto-4 tersebut, adalah keadaan dalam kehidupan imajinasi "kita". Subjektif (Posisi Pemirsa Seimbang) terkait dengan Sikap ini adalah posisi pilihan dari fotografer Ulyly dengan sudut pengambilan gambar menggunakan logika pemikirannya, memilih menggunakan sudut pengambilan sama atau sejajar (*eye-level angle*). Dengan pemilihan posisi kamera sejajar pandangan mata ini, maka pada foto-4 menempatkan keberadaan pemirsa foto pada posisi yang sebanding atau sama dengan posisi partisipan aktor seorang Putri dalam foto. Secara arti makna sebenarnya ada kesesuaian, bahwa posisi pemirsa adalah posisi yang sama dalam kehidupan dunia imajinasi yang diciptakan fotografer Ulyly Z dalam fotonya.

Analisis Komposisional peneliti melihat Informasi pada foto- 4 dengan Nilai Informasi – Memusat - Pusat pinggiran, Elemen alam imajinasi (Pusat pinggiran) berupa papan kuning bundar diibaratkan sebagai pepohonan sesungguhnya pada foto- 4, mengarahkan mata pemirsa menyatukan pandangan memusat ke elemen aktor Putri cantik disamping papan kuning bundar (Pusat). Fotografer Uly Z memikirkan untuk meletakkan pusat perhatian atau *point of view* pada sebelah kiri foto, tetapi pemirsa foto akan tetap fokus dalam membaca arti makna foto. Kemenonjolan (*Salience*) – Maksimum, mengartikan penekanan makna dari fotografer Uly Z adalah pada bagian elemen foto aktor putri cantik dengan baju indahya terlihat berukuran penuh pada frame foto, dikelilingi imajinasi keindahan elemen pepohonan dan taman.

Penekanan makna dari fotografer Uly adalah pada elemen Aktor dan seluruh bagian elemen foto, yang harus diartikan maknanya. Pesannya adalah tentang kecantikan seorang putri dengan keindahan pakaiannya di alam imajinasi. Aspek Bingkai (*framing*) - Maksimum terkoneksi, dilihat dari Vektor arah tangan yang menyatukan kuat koneksi antara aktor putri cantik dan elemen imajinasi pepohonan yang menyatu dalam *point of view* pemirsa. Penambahan teknik pencahayaan gradasi sirkular memfokuskan mata pada posisi putri dengan gaun cantiknya. Warna dari “alam imajinasi” ditunjukkan begitu cemerlang (*bright*) seperti *orange* kekuningan dan *pink* kemerahan, digunakan fotografer Uly Z memadukan maksimal kekuatan *dress pink orange* dan hijab *pink*. Simbolisasi warna (van Leeuwen, 2011) pada imajinasi pepohonan *orange* kuning dipadu langit merah muda dan dasar *pink*, adalah sebagai tonal-tonal warna sangat cemerlang yang tidak bertentangan pada konteks alam imajinasi pada foto - 4.

Berdasarkan deskripsi data analisis makna representative Naratif pada Foto- 4, bahwa makna foto– 4 ini adalah tentang keindahan dan keceriaan alam imajinasi dengan kecantikan seorang putri didukung oleh partisipan elemen pakaian bagus dan indah dalam cerita bermakna naratif yang dibangun fotografer Uly, dengan pendekatannya memanfaatkan bentuk-bentuk grafis sederhana, agar penonjolan elemen baju yang desainnya juga simpel ini tetap bisa menjadi terlihat menarik dan eksklusif.

D.2. Analisis *Message design Logic* Foto– 4

Peneliti mendeskripsikan penggunaan ide utama yang unik terkait hasil analisis semiotika sosial metafungsi bahasa dalam gambar yaitu pada elemen bentuk dan warna yang cerah dalam kesatuan isi foto, dari foto- 4 peneliti melihat karya foto Uly Z ini diisi oleh elemen-elemen bentuk dengan warna sekunder cerah, elemen bentuk ini adalah bentuk ekspresi fotografer Uly untuk mensubstitusikan benda-benda tertentu digunakan untuk desain pesannya. Dengan logika pemikiran desain pesan, fotografer Uly merefleksikan komunikasinya dengan pengkodean pikiran untuk menciptakan perasaan pada produksi pesan foto ini, dan secara terus terang berani mengeluarkan ekspresi logika pemikirannya untuk menambahkan elemen tersebut diatas. Dari indikasi kuat yang ditunjukkan tersebut, peneliti mengambil kesimpulan fotografer Uly menggunakan Logika desain pesan Ekspresif. Terkait hasil wawancara mengatakan hal berikut: “ Foto ini utamanya untuk kebutuhan foto koleksi baju siap pakai rancangan Nuri Maulida, yang sekaligus menjadi model pada foto ini. Untuk konsep Nuri menyerahkan sepenuhnya pada saya sebagai fotografer, saya coba menyesuaikan warna baju yang akan di foto dengan latar belakang dan konsep cerita yang akan saya ciptakan dalam foto ”.

Deskripsi analisis makna pada Foto- 4 juga menyebutkan penggunaan elemen kayu bundar pada *set property* sebagai representasi pepohonan yang menurut peneliti merupakan aliran *surrealis* pada dunia seni rekam. Dengan hasil imajinasi yang kuat pada hasil pesan makna. Suatu proses penciptaan pemikiran dari proses pembelajaran masa lalu fotografer Uly Z. Proses pembelajaran masa lalu adalah satu indikator dari logika desain pesan Ekspresif. Pernyataan fotografer Uly Z mengatakan sebagai berikut :

“ Konsep foto lebih ke dunia *surrealis* seperti dalam cerita *Alice in Wonderland*, tapi dibuat lebih sederhana dengan bentuk-bentuk yang grafis dan dasar, seperti pohon diterjemahkan dalam bentuk lingkaran dan *landscape* yang rata dengan perbedaan *tone* pada *horizon* ”.

Fotografer Uly Z tidak menjelaskan tentang bagaimana foto dibuat (proses produksi pesan). Peneliti tetap melihat pada kenyataan bahwa seorang fotografer mempunyai ekspresi logika sendiri untuk mengkomunikasikan makna pesannya. Dapat berdasarkan latar belakang

masa lalu kehidupan fotografer tersebut. Proses pemikiran pribadi Uly Z, sifat pesannya terbuka (presentasi) dan reaktif secara alami dalam referensi foto. Hal ini mengindikasikan penggunaan Logika desain pesan Ekspresif. Dengan pernyataan fotografer sebagai berikut :

“ Ide cerita Buku cerita anak, foto-foto fashion dari majalah, wallpaper dan sejenisnya. Dan konsep sepenuhnya diserahkan pada saya oleh Nuri, setelah itu saya berikan presentasi tentang konsep, *mood board* dan referensi-referensi foto yang menjadi acuan pengerjaan foto ini ”.

Penggunaan bentuk-bentuk dan representasi dunia imajinasi dalam foto-4 adalah sebuah pengkodean logika pemikiran dan perasaan dari ekspresi fotografer sendiri. Hal ini merupakan indikasi pada logika desain pesan Ekspresif. Dari fotografer Uly mengatakan :

“ Mengapa pendekatannya memanfaatkan bentuk-bentuk grafis sederhana, agar baju yang *design*-nya juga *simple* ini tetap bisa menjadi terlihat menarik dan eksklusif ”.

Proses produksi pesan dilakukan tanpa tekanan dan permintaan atau dominasi keharusan mengikuti aturan pemesan foto. Ada premis bahwa aturan diubah melalui negosiasi logika pemikiran pada jawaban Uly Z. Berdasarkan deskripsi data analisis *message design logic* pada Foto- 4 tersebut, ditemukan bahwa fotografer Uly Z menggunakan logika desain Ekspresif dalam memproduksi pesan untuk memberikan makna pada karya foto. Mengolah logika pemikiran pribadinya dengan latar belakang pengetahuan dan pengalaman dalam proses berfotografinya.

SIMPULAN

Fotografer Uly Z dengan beberapa cara menjelaskan suatu pesan, pada 4 karya konteks foto *portrait full-body shot* yang dihasilkan menggunakan logika yang berbeda dalam memutuskan apa yang hendak dikomunikasikan pada pemirsa atau pemesan foto (komunikasikan) dalam situasi tertentu dengan cara terbaik. Ditemukan hasil representasi pesan melalui analisis metafungsi bahasa dalam gambar pada foto *portrait full-body shot* dari 3 foto, makna pesan merepresentasikan struktur naratif, dan makna pesan pada 1 foto merepresentasikan struktur ideasional konseptual, dalam kaitan dengan pemikiran logika desain pesan fotografer Uly Z. Analisis *message design logic* fotografer Uly Z menggunakan logika desain Ekspresif, logika desain Retorik dan logika desain Konvensional dalam memproduksi pesan untuk memberikan makna karya fotonya. Dalam hal ini fotografer Uly Z memiliki dua pijakan pada pemikiran produksi pesan yaitu pemikiran *message design logic* sebagai seniman fotografi dengan idealismenya dan sebagai pekerja fotografi yang juga harus mengaplikasikan, menginterpretasikan pemikiran pesanan pemesan dan pemirsa foto melalui logika desain pesan yang dilakukan. Logika desain pesan Ekspresif dari fotografer ditemukan dominan dalam penelitian ini, karena pada saat fotografer akan memproduksi karya, pada dasarnya memiliki idealisme berupa pemikiran untuk ekspresikan dirinya, ini merupakan bentuk idealisme fotografer.

DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, Y., Antoni, C., & Prasetyaningsih, S. (2018). Analisis dan Implementasi Motion Grafis Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dengan Metode Semiotika Pierce. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 64–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.33822/jep.v1i01.444>
- Bulaeng, A. (2002). *Teori Manajemen Riset Komunikasi*. Narendra.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. sage.
- Creswell, J. W., & Creswell, D. J. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Edwards, A., Edwards, C., & Gambino, A. (2020). The Social Pragmatics of Communication with Social Robots: Effects of Robot Message Design Logic in a Regulative Context. *International Journal of Social Robotics*, 12(4), 945–957. <https://doi.org/10.1007/s12369-019-00538-7>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. (2019). *Metode Komunikasi Visual ; Dasar-dasar dan Aplikasi Semiotika Sosial Untuk Membedah Teks Gambar* (1st ed., Vol. 1). PT. REMAJA ROSDAKARYA. <https://rosda.co.id/beranda/786-metode-komunikasi-visual.html>

- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning* (Vol. 42). Edward Arnold London.
- Jewitt, C., & Oyama, R. (2004). Visual Meaning: A Social Semiotic Approach. In *The Handbook of Visual Analysis* (pp. 134–156). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9780857020062>
- Kenzulak, S. (2019). "What is the Difference between Commercial Art and Fine Art?" <https://www.liveabout.com/commercial-vs-fine-art-1295902>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: A Grammar of Visual Design* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003099857>
- Laura M.B.P, R., Wahyuningratna, R. N., & Sevilla, V. (2022). Representasi Kecemasan Dan Hopelessness Dalam Lirik Lagu BTS "BLACK SWAN" (Kajian Semiotika Roland Barthes). *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3108>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories Of Human Communication: Vol. copyright 2011*. Waveland press, Inc.
- O'Keefe, B. J. (1988). The logic of message design: Individual differences in reasoning about communication. *Communication Monographs*, 55, 80–103. <https://doi.org/10.1080/03637758809376159>
- Soedjono, S. (2007). *Pot-Pourri Fotografi*. Penerbit Universitas Trisakti.
- Sudaryat, Y. (2008). *Prinsip-Prinsip Semantik Dan Pragmatik*. CV. Yrama Widya.
- Sutrisno, S. (2009). *The LIGHT*, " Ulyly Zoelkarnain, Memberontak Demi Fotografi "., Edisi XXIII/2009, P.105, PT Imajinasia Indonesia, Jakarta. www.thelightmagz.com
- Syamsudin, M. (2007). *Operasionalisasi Penelitian Hukum* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and Practice: New Tools for Critical Analysis*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195323306.001.0001>
- Van Leeuwen, T. (2011). *The language of colour: An introduction*. Routledge Publishing Co.
- Wahyu, R., Martianto, U., & Toni, A. (2021). Analisis Semiotika Gaya Komunikasi Milenial Bambang Soesatyo Melalui Youtube Podcast. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 2656–050. <http://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/index>
- Yuliana, T. M., Wulandari, & Syaifudin. (2018). Paku Sebagai Representasi Diri. *Specta*, 2(2), 145–158.
- Zappavigna, M. (2016). Social media photography: construing subjectivity in Instagram images. *Visual Communication*, 15(3), 271–292. <https://doi.org/10.1177/1470357216643220>