

## **BAB II**

### **KERANGKA KONSEP**

#### **2.1 Karya Terdahulu**

Karya ini dibuat sebagai realisasi dari ketertarikan penulis terhadap kehidupan dan kegiatan para Bhikkhu, terutama ketika hari besar agama Buddha. Hari besar yang diangkat terfokus pada hari *Uposatha* dimana para Bhikkhu melaksanakan kegiatan dengan meningkatkan intensitas latihannya dan pembersihan diri kembali. Penulis berharap karya ini bisa menjadi sebuah jendela baru bagi masyarakat awam terhadap tradisi dan budaya di dalam Buddhisme melalui cerita yang berkekuatan visual.

Tanpa adanya referensi, karya ini tidak akan menghasilkan cerita dan visual yang kuat. Oleh karena itu, penulis memilih dan memilah beberapa karya yang mengangkat isu yang sama sebagai referensi dalam pembuatan karya ini.

##### **2.1.1. Photo Essay : Celebrating The Buddha In India oleh Mariellen Ward**



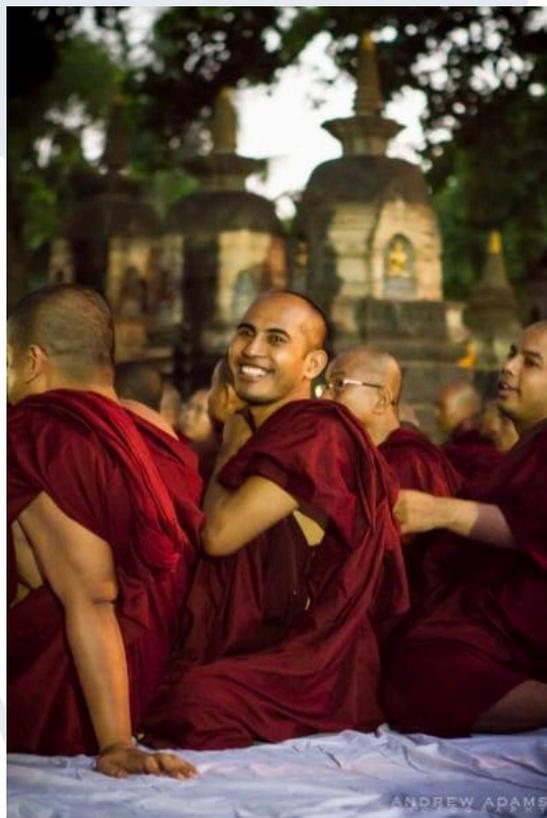
**Gambar 2.1 Photo Essay : Celebrating The Buddha In India oleh Mariellen Ward**

**Sumber : Breathe Dream Go.com**

**Tautan Karya :**

<https://breathedreamgo.com/photo-essay-celebrating-the-buddha-in-india/>

Foto esai yang dibuat oleh Mariellen Ward ini dipublikasikan pada situs *Breathe Dream Go* pada 4 Mei 2015 silam. Esai ini dibuat berdasarkan dari foto - foto yang diambil oleh Andrew Adams, seorang fotografer asal Kanada pada *Buddhist Conclave* yang diselenggarakan di India, September 2014. Penulis mengambil karya ini sebagai acuan dan referensi visual karena banyak foto milik Andrew mengandung berbagai ekspresi Bhikkhu selama mengikuti kegiatan ini mulai dari foto yang menunjukkan kekhusyukan para bhikkhu hingga ekspresi kebahagiaan yang seakan menggambarkan bahwa menjalani hidup suci tidak menderita,tapi membahagiakan.



**Gambar 2.2 Foto Bhikkhu Tersenyum Saat Mendengarkan Dhamma**

**Sumber : Breathe Dream Go.com**



**Gambar 2.3 Foto Bhikkhu yang Sedang Bermeditasi**  
**Sumber : Breathe Dream Go.com**



**Gambar 2.4 Foto Para Bhikkhu yang Sedang Berdoa**  
**Sumber : Breathe Dream Go.com**

Dari foto-foto yang digunakan untuk produk foto esai yang dipublikasikan secara daring pada situs *Breathe Dream Go*. Penulis memilih setidaknya ketiga foto di atas sebagai referensi visual. Hal ini dikarenakan, ada kesamaan tema dan visual yang ditunjukkan oleh foto-foto di atas.

Kendati demikian, foto-foto di atas memiliki beberapa kekurangan bagi penulis. Contohnya pada Gambar 2.2, foto tampak sedikit miring

ke kiri dan efek dari lensa yang membuat pilar di sebelah kiri Bhikkhu tampak cekung. Kemudian pada Gambar 2.3, menurut penulis angle yang diambil masih bisa lebih wide lagi dan menunjukkan betapa ramai dan banyaknya Bhikkhu dari seluruh dunia yang mengikuti acara ini (seperti yang tertulis pada esai). Selain itu, pada foto esai lebih banyak foto-foto penampilan budaya dibandingkan dengan foto yang menggambarkan bahwa ini adalah acara agama Buddha yang mana justru kekurangan elemen terpentingnya yakni penggambaran sosok Buddha.

Kekurangan-kekurangan yang sudah penulis sebutkan pada alinea sebelumnya, menjadi nilai kebaruan bagi penulis untuk diangkat dalam karya. Penulis berencana mengambil lebih banyak foto yang mengandung elemen yang menggambarkan hubungan antara Bhikkhu dengan Sang Buddha.

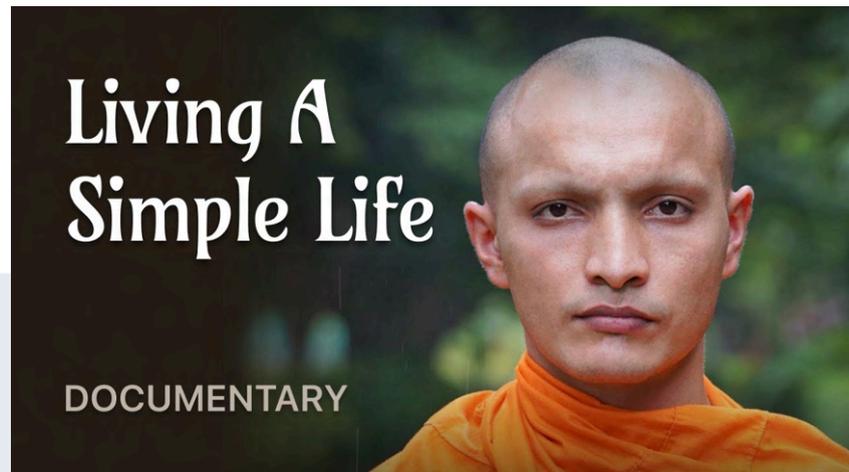
### **2.1.2. Living A Simple Life | Original Buddhist Documentary | Nick Keomahavong**

#### **Tautan Karya**

:  
<https://www.youtube.com/watch?v=Lv96ZRFvn3A&t=2233s&pp=ygUUUbGl2aW5nIGEgc2ltcGxIIGxpZmU%3D>

Seperti judulnya, dokumenter ini menunjukkan kehidupan seorang *Bhikkhu* dari ordo *Theravada* di Thailand. Nick Keomahavong adalah seorang mantan psikoterapis yang menjadi seorang bhikkhu di Thailand sejak 2018.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



**Gambar 2.5 Foto Sampul Dokumenter Living A Simple Life**

**Sumber: Tangkapan Layar Penulis**

Melalui karya ini, Nick menunjukkan bagaimana kehidupan seorang Bhikkhu mulai dari mencukur rambut, mengenakan jubah, ber-*piṇḍapāta* keliling desa dan melakukan aktivitas sehari-hari dengan penuh perhatian dan kesadaran.

Kombinasi antara komposisi gambar dan narasi dibangun untuk menunjukkan bagaimana kondisi dunia luar yang kacau bertemu dengan *bhikkhu* yang tetap tenang seimbang dari dalam diri. Kesamaan tema dan pengambilan gambar yang rapi dan kaya akan komposisi, membuat penulis menjadikan karya ini sebagai referensi untuk kemudian diimplementasikan pada karya.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



**Gambar 2.6 Salah Satu Adegan yang Menjadi Referensi Karya  
Sumber: Tangkapan Layar Penulis**

Cerita dan nilai yang terkandung pada karya ini, menjadi salah satu referensi yang sangat mendekati dengan tujuan dan keinginan penulis. Pengambilan gambar dan pendekatan yang ditunjukkan juga menginspirasi penulis untuk mereplika dan mengimplementasikannya pada karya. Namun, narasi yang dituangkan pada video ini terlalu puitis dan terkesan bertele-tele sehingga kurang cocok apabila dokumenter ini menjadi sebuah karya jurnalistik.

### **2.1.3. The Daily Life of a Monk | Original Buddhist Documentary | Nick Keomahavong**

**Tautan Karya :**

<https://www.youtube.com/watch?v=tXjNT4ShksE&pp=ygUYdGhlIGRh aWx5IGxpZmUgb2YgYSBtb25r>

Sebuah karya dokumenter lain oleh Nick Keomahavong, seorang *bhikkhu theravada* asal Thailand yang merupakan seorang eks-psikoterapis. Karya ini dibuat dan dipublikasikan empat tahun lalu yakni dua tahun sebelum karyanya yang berjudul *Living A Simple Life*.

Berbeda dengan karya Nick yang menjadi referensi sebelumnya, karya ini tidak menggunakan narasi sama sekali. Karya ini menonjolkan unsur sinematografi yang dilengkapi dengan *nat sound* dan diiringi

dengan latar belakang musik bertempo lambat yang memberikan kesan tenang.

Dari video ini, penulis menjadikan referensi untuk karyanya saat pengambilan detail-detail pencukuran rambut.



**Gambar 2.7 Adegan Pencukuran Rambut yang dijadikan Referensi**  
**Sumber: Tangkapan Layar Penulis**

Detail-detail yang ditunjukkan pada karya ini sejujurnya sangat membantu penulis dalam pembuatan karya, karena video ini menunjukkan banyak sekali detail dan simbol-simbol yang membuat gambar tidak terkesan monoton. Namun, penulis tidak mendapatkan informasi terkait *uposatha* maupun kehidupan bhikkhu dari video ini, karena video ini tidak menggunakan narasi sama sekali sehingga tidak ada informasi apapun selain kegiatan keseharian seorang *bhikkhu*.

## **2.2 Konsep yang Digunakan**

Dalam proses pembuatan karya, penulis mengaplikasikan beberapa konsep yang menjadi pondasi dalam pembuatan karya.

### **2.2.1. Foto Jurnalistik**

Menurut Daniel Wisnu Wardana (2017), foto jurnalistik adalah foto yang menampilkan suatu peristiwa yang berhubungan dengan kehidupan manusia dan berfungsi untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi

manusia. Dalam (Wardana, 2017) juga disebutkan bahwa foto jurnalistik adalah berita yang disajikan dalam bentuk foto sebagai bukti visual dari sebuah kejadian atau peristiwa secara luas secara singkat yang terbatas dalam komunikasi verbal dan visual (Soelarko, 1985; Audi Mirza Alwi, 2004; Hicks, 1952). Dari sini dapat disimpulkan bahwa foto jurnalistik merupakan sebuah produk berita terkait suatu peristiwa yang digambarkan melalui foto untuk memenuhi kebutuhan informasi manusia.

Namun, Sigit Surahman (2018) menyimpulkan bahwa foto jurnalistik merupakan sebuah teknik yang menceritakan suatu peristiwa. Sigit juga menambahkan bahwa foto jurnalistik menunjukkan sesuatu hal yang nyata yang ingin disampaikan kepada masyarakat atau publik (Surahman, 2018). Dari pengertian ini, penulis memahami bahwa foto jurnalistik bisa memiliki dua makna yakni dari segi teknik atau proses dan produk yang dihasilkan. Namun, ada satu kesamaan dari keduanya yakni menekankan nilai kenyataan, informasi, berita dan fungsi bagi manusia.

(Anggara & Supriadi, 2021) menyampaikan bahwa foto jurnalistik adalah foto yang digunakan untuk menyampaikan pesan, informasi dan cerita dari sebuah kejadian atau peristiwa yang menarik bagi public dan disebarkan melalui media massa. Pada teori-teori sebelumnya, nilai yang ditekankan adalah produk foto, nilai informasi atau nilai berita dan realita. Namun, Anggara dan Supriadi menekankan satu nilai tambahan yakni **menarik**. Berdasarkan hasil pencarian dengan kata kunci “menarik” di Kamus Besar Bahasa Indonesia, didapatkan definisi dari menarik adalah “memengaruhi atau membangkitkan hasrat untuk memperhatikan” (*Hasil Pencarian - KBBI Daring*, n.d.).

Oleh karena itu, sebuah foto haruslah sebuah produk berbentuk foto yang memiliki nilai informasi atau berita dan berdasarkan realita yang menarik untuk dikonsumsi oleh publik. Wijaya & Wardhana (2021) menyebutkan bahwa foto jurnalistik menjadi alat terbaik dalam penyebaran informasi (berita) karena sifatnya yang ringkas dan efektif.

Kemampuan foto dalam bercerita melalui satu tangkapan peristiwa mampu mengisi kekurangan dari medium lain. Medium lain yang dimaksud adalah video dan format panjang. Hal ini dikarenakan dalam hal keringkasan dan efektivitas, kedua medium tersebut memerlukan waktu dan durasi khusus untuk menyampaikan suatu informasi. Sementara itu, foto dengan tangkapannya sendiri sudah dapat menyampaikan informasi yang ada. Kendati pun demikian, foto sendiri juga memiliki kekurangan yakni informasi yang disampaikan bisa bersifat multitafsir dan tidak sedalam medium lain. Melalui teori-teori yang dikemukakan sebelumnya, penulis menyimpulkan bahwa foto jurnalistik merupakan sebuah teknik dan/atau produk pengambilan dan penyampaian berita dari suatu peristiwa melalui medium foto yang penting bagi manusia, mengandung nilai berita dan menarik untuk dilihat serta mampu menyampaikan informasi secara ringkas dan efektif baik dalam proses pembuatan maupun publikasinya..

### **2.2.2. Nilai Berita**

Seperti yang sudah disebutkan pada poin sebelumnya, sebuah foto jurnalistik haruslah mengandung nilai berita dan sebuah karya jurnalistik sudah jelas harus memiliki kandungan berita di dalamnya. Berita dalam hal ini, tidak selalu terkait isu-isu konvensional seperti ekonomi, lingkungan, politik, hukum, bencana dan lain sebagainya.

Suciati & Fauziah (2020) menyimpulkan pernyataan Charnley (1979) tentang berita yang merupakan peristiwa dan pendapat manusia yang layak diberitakan hanya yang menarik dan penting bagi publik. Dan dalam (Suciati & Fauziah, 2020) pula, Charnley mengelaborasi bahwa sebuah peristiwa atau pendapat dapat dikatakan penting jika mempengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi publik. Namun, (Ismandianto et al., 2021) menyebutkan bahwa nilai berita bisa langsung ditentukan oleh jurnalis atau reporter yang bertugas mewartakan atau memberitakan. Ismandianto (2021) juga menyebutkan bahwa dalam suatu

berita, tidak semua nilai berita harus terkandung dan diterapkan dalam pemberitaan.

Dalam karya ilmiahnya, Ismandianto juga memaparkan bahwa menurut Harris, Leiter dan Johnson (1981) sebuah berita harus mengandung delapan nilai berita yakni konflik, kemajuan, penting, dekat, aktual, unik, manusiawi dan berpengaruh. Kendatipun begitu, dalam (Masitoh et al., 2022) disebutkan terdapat 10 nilai berita yakni *Timeliness*, *Proximity*, *Consequence*, *Conflict*, *Oddity*, *Sex*, *Human Interest*, *Prominence*, *Suspense* dan *Progress*.

Dalam karya ini, nilai berita yang ditonjolkan adalah ***proximity***, ***human interest*** dan ***oddity***. Nilai *proximity* bermakna kedekatan, yang mana pada berita nilai ini berfungsi untuk menilai bagaimana sebuah berita dekat dengan kehidupan sehari-hari pembaca. Hal ini menjadi penentu seberapa menarik sebuah berita atau informasi akan dibaca atau dikonsumsi (Masitoh et al., 2022). Untuk menentukan seberapa dekat suatu fenomena yang diberitakan, aspek-aspek seperti aspek emosional, kultural, ekonomis atau geografis menjadi aspek penentu nilai kedekatan (Wulandari et al., 2023).

Melalui aspek penyusun nilai kedekatan, dapat disimpulkan bahwa kedekatan tidak selalu bermakna jarak secara fisik dengan satuan ukur yang digunakan, tetapi juga bisa bermakna seberapa dekat topik dan isu kepada pembaca atau target khalayak. Pada karya ini, nilai kedekatan yang terkandung diambil dari aspek kultural dan emosional karena topik yang diangkat merupakan sebuah ritual dan budaya dalam agama Buddha. Hal ini dapat dilihat melalui target publikasi karya yang salah satunya adalah masyarakat beragama Buddha.

Selain nilai kedekatan, nilai *human interest* juga menjadi nilai yang ingin ditonjolkan dalam karya. Dalam penelitian Setyorini & Dawud (2020) *human interest* dijelaskan sebagai penyampaian suatu fenomena

yang menimbulkan perasaan atau emosi pembaca sehingga seolah-olah merasakan hingga melihat langsung peristiwa yang disampaikan. Hal ini disusun melalui rangkaian deskripsi sehingga suasana dapat terbangun. Suasana dapat dibangun dengan menunjukkan berbagai macam ekspresi meliputi kesedihan, kebahagiaan, simpati, ambisi, kemarahan dan berbagai macam emosi lainnya (Masitoh et al., 2022). Jika ditelisik lebih dalam, sesungguhnya nilai kemanusiaan atau *human interest* dapat menjadi bagian dari *proximity* dengan kedekatan melalui aspek emosional. Hal ini akan diimplementasikan pada karya dan ditunjukkan melalui aktivitas bhikkhu yang dekat dengan umat Buddha serta menunjukkan ekspresi dalam setiap kegiatannya.

Selain itu, dalam topik karya yakni Uposatha terkandung nilai “masuk dan berdiam diri” yang diartikan oleh para Bhikkhu sebagai berdiam di satu Vihara dan fokus melaksanakan *Uposatha Sila* (Purnomo & Yudhi, 2022). Pada hari *Uposatha*, para *Bhikkhu* dan *Bhikkhuni* dalam tradisi Theravada berlatih lebih intens dalam mempraktikkan nilai-nilai moralitas (*Sila*), bermeditasi (*Samadhi*) dan pengulangan aturan kebhikkhuan (*Patimokkha*) (Rev, n.d.).

*Oddity* yang dijelaskan oleh Masitoh (2022) menitikberatkan pada seberapa luar biasa dan menggemparkan sebuah fenomena terjadi. Sementara itu, (Ishwara, 2011) menitikberatkan nilai ini pada hal-hal yang tidak disangka oleh masyarakat. Melalui definisi ini, penulis menyimpulkan bahwa nilai *oddity* atau *uniqueness* atau *unusualness* atau sebutan lainnya yang berlaku pada nilai berita ini pada dasarnya mengacu pada satu hal yakni terkait hal yang belum pernah dilihat dan tidak disangka dapat dilihat oleh audiens. Karya ini, mengimplementasikan nilai keunikan atau ketidakbiasaan pada bentuk karya dan visual yang disajikan. Seperti dilihat pada sub-bab 2.1 terkait karya terdahulu, tidak banyak penceritaan atau publikasi terkait *bhikkhu sangha* pada hari *uposatha*. Tema kehidupan *bhikkhu* di hari *uposatha* kemudian dipilih oleh penulis

untuk mengajak audiens melihat sebuah realita baru yang lebih detail dari kehidupan *bhikkhu*. Selain itu, tidak banyak pula publikasi yang membahas kehidupan *bhikkhu* dalam bentuk buku foto, rata-rata berupa *longform*, artikel dan video. Oleh karena itu, penulis ingin menciptakan kebaruan dari karya dengan memilih medium buku foto.

### 2.2.3. *Storytelling*

Salah satu tujuan dibuatnya karya ini adalah untuk menjelaskan dan memberikan pengetahuan dasar terkait Hari *Uposatha* dan keseharian Bhikkhu *Theravada* melalui foto yang dipaparkan secara kronologis melalui cerita. *Storytelling* secara garis besar merupakan sebuah upaya mewujudkan sebuah tokoh ke dunia nyata dengan tujuan agar pembaca dan pembuat cerita dapat mengalami dan mendalami perasaan serta pikiran dari tokoh tersebut (Cho et al., 2020). Sementara itu, Markova & Sukhoviy (2020) menemukan bahwa *storytelling* memiliki makna yang berubah-ubah dan tak konsisten, ada yang menyebutnya genre, gaya tulis, format, instrumen, teknik atau metode komunikasi. Namun, satu hal yang pasti *storytelling* digunakan untuk menyampaikan suatu informasi dengan lengkap dan sebisa mungkin membuat audiens tenggelam dalam cerita yang dibangun. *Storytelling* juga dapat dilakukan dengan berbagai cara mulai dari lisan, tulisan, visual hingga audio visual. Oleh karena itu, berbagai macam media kemudian menjadi alat untuk melancarkan *storytelling*.

Dalam publikasinya, Lim & Childs (2020) menyebutkan sebuah istilah yakni *photo narrative* yang didefinisikan sebagai kemampuan sebuah foto dalam bernarasi dan bercerita. Foto atau gambar disebutkan juga menawarkan pengalaman yang lebih nyata, holistik dan emosional kepada audiens. Hal ini kemudian menjadi dasar bagi penulis untuk membuat karya dengan bentuk buku foto yang tetap dibantu dengan narasi agar pemahaman audiens lebih dalam dan sesuai dengan gambar.

#### 2.2.4. Foto Cerita Jurnalistik

Sebagai sebuah produk berita, foto cerita jurnalistik memiliki fungsi yang sama layaknya produk jurnalistik yang lain yakni mampu memberikan informasi. Berbeda dengan foto berita, foto cerita jurnalistik menggunakan rangkaian-rangkaian foto yang tersusun untuk membuat keterangan berita dari awal hingga akhir (Gunawan et al., 2023, 2). McDermott et al., (2019) mengutip ujaran Kobre (2013) bahwa foto cerita yang bagus harus berkaitan dengan manusia entah berkaitan dengan dilema, tantangan ataupun penderitaan manusia. Hal ini bermakna bahwa sebuah foto cerita yang bagus, yang kuat dan yang dapat memancing emosi audiens, harus mampu menyalurkan emosi dari subjek yang dipotret. Purnomo (2021) menyebutkan bahwa foto jurnalistik menampilkan cuplikan dari adegan sebuah peristiwa yang ditujukan untuk menggugah emosi dan empati pembaca agar memperkuat dalam penyampaian cerita.

Dalam menggambarkan suasana dan rasa yang ingin dibangun dari sebuah foto cerita, diperlukan beberapa jepret foto karena satu foto belum tentu dapat membangun dan menyampaikan pesan secara mendalam (Gunawan et al., 2023, 2). Selain menggunakan beberapa rangkaian foto, seorang jurnalis foto juga harus melakukan pendekatan secara mendalam terhadap subjek fotonya.

*“Nearly every interviewee reported developing a personal bond with their photojournalist, and those relationships often continued after the photo story was published”* (McDermott et al., 2019, 4)

McDermott dan rekan-rekannya melakukan penelitian terhadap proses pembuatan foto cerita jurnalistik dengan mewawancarai beberapa narasumber yang pernah menjadi objek foto dari sebuah foto cerita. Kebanyakan dari narasumber yang ditemui, pernah mengalami kemalangan dalam hidup mereka entah terkena penyakit kritis atau menjadi korban pelecehan. Melalui observasi dan penelitian yang mereka

lakukan, mereka mendapatkan testimoni yang kurang lebih sama yakni rata-rata dari narasumber merasakan adanya kedekatan dan empati yang tinggi yang mereka peroleh dari jurnalis foto yang pernah mendatangi mereka.

Melalui pembahasan-pembahasan ini, penulis memahami bahwa foto cerita baik bersifat jurnalistik maupun tidak, harus mampu menyalurkan emosi dan fakta dari objek yang ditampilkan. Selain emosi yang disalurkan, tak lupa cerita yang disajikan haruslah sesuai dengan runtutan foto yang ada. Hal ini supaya tidak ada mis-interpretasi dari cerita yang dibangun melalui foto sebagai ranah visual dan teks sebagai panduan. Penulis juga menyimpulkan untuk membangun sebuah foto cerita yang mendalam, diperlukan dedikasi dan pendekatan mendalam pula untuk menghasilkan cerita yang mendalam.

