



**URGENSI FOTO JURNALISTIK DALAM PUBLIKASI BERITA
DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DINAS KOMINFO
KOTA PADANG PANJANG**

SKRIPSI

*Ditulis sebagai syarat penulisan skripsi pada Jurusan Komunikasi
dan Penyiaran Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar*

Oleh:

Berliana Sutra

1830303004

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Berliana Sutra

NIM : 1830303004

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam / Jurnalistik

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul "**Urgensi Foto Jurnalistik dalam Publikasi Berita di Media Sosial Instagram Dinas Kominfo Kota Padang Panjang**" adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 4 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Berliana Sutra

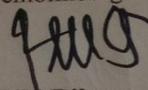
1830303004

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing SKRIPSI atas nama **Berliana Sutra**, NIM: 1830303004 dengan judul, "**Urgensi Foto Jurnalistik dalam Publikasi Berita di Media Sosial Instagram Dinas Kominfo Kota Padang Panjang**", memandang bahwa SKRIPSI yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui lanjutkan untuk sidang Munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

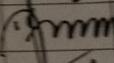
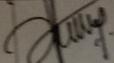
Batusangkar, 4 Juli 2022
Pembimbing



Rik Rikarno, M.Sn
NIP. 198404182019031003

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Berliana Sutra, Nim: 1830303004, judul "URGENSI FOTO JURNALISTIK DALAM PUBLIKASI BERITA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DINAS KOMINFO KOTA PADANG PANJANG", telah diuji dalam Sidang *Munqasyah* Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan pada hari Kamis, 12 Juli 2022, dan dinyatakan lulus sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Strata Satu (S1) pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

No	Nama/ NIP Penguji	Jabatan Dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Riki Rikarno, M.Sn NIP. 19840418201903 1 003	Penguji Pendamping		11/7-22
2	Dr. Irman, S.Ag., M.Pd NIP. 19710201 200604 1 016	Penguji Utama		9/Agustus 2022
3	Refika Mastanora, S.Kom., M.I.Kom NIP. 19900721202012 2 006	Anggota Penguji Utama		16/8-2022

Batusangkar, Agustus 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. Akhyar Hanif, M.Ag

NIP. 19680120 199403 1 004

ABSTRAK

Berliana Sutra, MIM 1830303004, Judul “Skripsi Urgensi Foto Jurnalistik dalam Publikasi Berita di Media Sosial *Instagram* Dinas Kominfo Kota Padang Panjang”. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Mahmud Yunus Batusangkar.

Fungsi atau pentingnya kehadiran dari foto jurnalistik adalah: untuk memperkuat sebuah berita, sehingga berita tersebut dapat dipercaya dan layak dikonsumsi oleh masyarakat. dapat menarik minat masyarakat untuk membaca sebuah berita dan dapat meminimalisirkan berita-berita *hoax*. Untuk hal itu, agar berita bisa dikatakan valid haruslah disertai naskah atau teks berita sehingga saat dipublikasikan ke media sosial berita yang ditampilkan sesuai dengan kejadian sebenarnya dan mudah dimengerti serta bersifat akurat, informatif, dan pesan dapat tersampaikan. Jika dilihat dari *instagram* Diskominfo, setiap berita selalu diposting beserta keterangan foto atau teks dalam setiap postingannya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Untuk mendapatkan data dari masalah yang penulis teliti, menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta pengolahan data menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa urgensi foto jurnalistik dapat memperkuat sebuah berita di media sosial *instagram* Kominfo tentunya sudah memiliki autensitas yang tinggi, bersifat aktual, mengandung kebaruan, dapat memberikan informasi kepada pembaca dan memberikan feedback kepada pembaca. Foto jurnalistik juga bisa memperkuat sebuah berita, dilihat dari followers Diskominfo yang sudah mencapai ribuan dan terverifikasi dan selalu membuat berita-berita yang aktual setiap harinya, tentu sudah dapat dikatakan eksis dikalangan masyarakat dan tentunya selalu mengikuti kegiatan-kegiatan dari Kominfo.

Kata Kunci: Urgensi, Foto Jurnalistik, Publikasi Berita.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN PENGUJI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Sub Fokus Penelitian.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	8
F. Definisi Istilah.....	9
1. Foto Jurnalistik	9
2. Berita	10
3. <i>Instagram</i>	10

BAB II KAJIAN TEORI

A. Peran Foto Jurnalistik

1. Pengertian Foto Jurnalistik	12
2. Karakteristik Foto Jurnalistik	16
3. Jenis Foto Jurnalistik	16
4. Syarat Foto Jurnalistik	18
5. Fungsi Foto Jurnalistik	21

6. Unsur Pendukung Nilai Foto Jurnalistik	21
7. Kiat Mengoptimalkan Foto Jurnalistik	24
B. Estetika Foto Jurnalistik	24
C. Etika Foto Jurnalistik.....	27
1. Pengertian Etika Jurnalistik	27
2. Jurnalistik Media Online	31
D. Ketentuan Penggunaan Foto Jurnalistik	31
E. Penelitian Relevan.....	32
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	38
B. Latar dan Waktu Penelitian.....	38
C. Instrumen Penelitian.....	39
D. Sumber Data	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknis Analisis Data.....	43
G. Teknik Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Kominfo Padang Panjang	46
1. Sejarah Kominfo Kota Padang Panjang	46
2. Kegiatan Kominfo Kota Padang Panjang	47
3. Struktur Kominfo Kota Padang Panjang	50
4. Fungsi Kominfo Kota Padang Panjang	51
B. Hasil Penelitian.....	53
1. Hasil Wawancara	54
a. Urgensi Foto Memperkuat Sebuah berita	54
b. Urgensi Foto Menimbulkan Kepercayaan Pembaca	58
2. Hasil Observasi.....	62
3. Hasil Dokumentasi	70
C. Pembahasan.....	81

1. Urgensi Foto Memperkuat Sebuah berita	81
2. Urgensi Foto Menimbulkan Kepercayaan Pembaca	83

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN.....	85
B. SARAN.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1	39
TABEL 4.1	54

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4.1	47
GAMBAR 4.2	51
GAMBAR 4.3	62
GAMBAR 4.4	64
GAMBAR 4.5	70
GAMBAR 4.6	71
GAMBAR 4.7	72
GAMBAR 4.8	73
GAMBAR 4.9	74
GAMBAR 4.10	75
GAMBAR 4.11	76
GAMBAR 4.12	77
GAMBAR 4.13	78
GAMBAR 4.14	79
GAMBAR 4.15	80
GAMBAR 4.16	81

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Surat Rekomendasi Penelitian

Lampiran 2. Surat Balasan Izin Penelitian

Lampiran 3. Surat Keterangan Selesai Penelitian

Lampiran 4. Pedoman Wawancara

Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini keberadaan fotografi begitu diperhatikan oleh para pembaca media massa. Apalagi bagi pemakai media, yang melihat atau merasakan keberadaan sebuah foto atau gambar yang terlihat sederhana bisa dijadikan suatu media penyampai berita yang handal. Ketika melihat sebuah foto atau gambar pembaca akan langsung mengetahui bahwa foto dapat merespon yang melihatnya, kemudian dapat mengetahui apa maksud pesan yang ingin disampaikan tadi. (Sugiarto, 2014: 5)

Satu foto mengandung seribu bahasa. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa kehadiran sebuah foto ini sangat penting bagi media apapun. Dalam dunia kejournalistikan, kehadiran foto menjadi unsur penting. Bisa kita bayangkan, jika tidak ada foto atau gambar pada halaman muka surat kabar maka pasti akan sedikit aneh rasanya. Salah satu hasil penelitian menunjukkan bahwa tatapan mata pertama pembaca surat kabar secara otomatis akan tertuju pada foto terlebih dahulu. Artinya, sajian dalam bentuk foto akan menjadi hal utama bagi pembaca untuk melihatnya, kemudian baru membaca naskah atau *caption*. Dari sekian banyak foto yang dapat ditampilkan pada surat kabar, akan ada satu foto untuk dijadikan foto utama yang memiliki nilai berita tinggi. Foto utama disajikan dalam ukuran yang besar dan berwarna. (Yunus, 2015: 90-91)

Sebuah foto harus dapat menarik dan memberikan perhatian kepada pembaca. Saat dimuat ke publik, bagaimanapun tampilannya foto harus bisa mempengaruhi dan memberikan perasaan secara emosional dan terkesandipikiran orang yang melihat dan membacanya. Karena pada dasarnya fotografi adalah seni melihat yang dapat memberikan banyak kisah terhadap peristiwa yang terjadi.

Yunus (2015:91) mengatakan bahwa kehadiran foto jurnalistik dapat memberi pesan yang nyata dibenak pembaca. Foto tersebut dapat membuat pembaca menjadi simpatik terhadap tampilan foto yang disajikan pada surat kabar. Dalam hal ini foto jurnalistik harus memiliki nilai berita, foto harus mengandung kebaruan, maksud dan tujuannya harus jelas. Tampilan gambar haruslah bersih dan utuh, memiliki angle yang optimal. Namun, perlu diingat pula, foto harus memperhatikan kepantasan unsur moral dan agama. Seleksi foto yang dapat menghasut terjadinya kekerasan dan tindak kejahatan harus dilakukan. Saat dimuat foto juga harus dibarengi dengan narasi atau sering disebut *caption* serta nama sifotografer.

Foto jurnalistik adalah sajian gambar atau foto yang dapat berdiri sendiri sebagai visualisasi suatu peristiwa. Foto jurnalistik bisa melekat pada suatu berita sebagai pelengkap dan penguat pesan yang disampaikan dalam berita. Terkadang, narasi dengan tidak adanya foto akan kurang menarik dan tidak lengkap. Foto jurnalistik memiliki fungsi sebagai rekaman visual dalam suatu pemberitaan. Foto jurnalistik memiliki unsur yang harus dipenuhi, seperti: (a) memiliki nilai berita tersendiri, (b) bersifat melengkapi suatu berita atau artikel, (c) dimuat dalam suatu media. (Yunus, 2015: 91)

Foto Jurnalistik pada dasarnya mirip dengan foto dokumentasi pada umumnya. Hanya saja, foto jurnalistik memiliki kelebihan karena dipublikasikan pada media massa. Oleh karena itu, hal terpenting pada foto jurnalistik terletak saat proses pemilihan foto yang paling banyak dipublikasikan dalam mendukung pemberitaan. Foto jurnalistik harus punya daya tarik yang tinggi, disamping keunikan visual dalam penyajiannya. Dari segi lain, foto jurnalistik juga dinyatakan sebagai gabungan antara gambar dan kata. Foto jurnalistik harus didukung dengan kata-kata atau yang biasa disebut sebagai teks foto (*photo caption*). Tujuan foto jurnalistik adalah untuk menyajikan penjelasan gambar yang didukung oleh pengungkapan pesan atau berita yang disajikan ke publik. Tanpa

teks, foto jurnalistik hanya gambar yang terlihat, tanpa dapat diketahui pesan dibalik gambar. (Yunus, 2015: 91-92)

Dalam bukunya *Jurnalistik Foto: Suatu pengantar*, Gani & Kusumalestari (2014:4) mengutip dari Sudjojo (2010:v) dalam Hamdan (2020) bahwa fotografi adalah teknik mengatur cara-cara memotret yang benar, mengatur pencahayaan yang benar dan cara pengolahan gambar yang benar dan semua hal yang berkaitan dengan fotografi itu sendiri. Sedangkan fotografi adalah karya seni yang bersifat estetika yang dapat menyalurkan atau mencerminkan fikiran dan perasaan si fotografer yang ingin menyampaikan pesannya melalui gambar atau foto. Sejatinya fotografi tidak bisa didasarkan dengan teori bagaimana cara pengambilan fotonya saja karena itu akan membuat foto yang dihasilkan akan kaku, membosankan dan menghilangkan rasa. Intinya fotografi harus disertai dengan seni.

Gani & Kusumalestari (2014) dalam Hamdan (2020) bahwa secara umum foto jurnalistik merupakan gambar yang dihasilkan melalui proses fotografer dan kemudian disebarluaskan melalui media massa untuk menyampaikan pesan, tujuan, ataupun peristiwa menarik yang sedang terjadi. Wijaya (2011:10) menjelaskan bahwa sederhananya foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita atau foto yang mengandung peristiwa menarik sehingga informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin.

Foto jurnalistik tidak bisa lepas dari media massa dikarenakan perkembangan media massa baik cetak, online maupun elektronik yang membuat setiap orang untuk mendapatkan foto yang bagus dari setiap media yang disukainya. Keberadaan foto jurnalistik sangat berkembang pesat daripada jurnalistik tulis. Bahkan, saat ini hampir semua media massa menyajikan foto jurnalistik dalam setiap informasi yang dimuat. Hal ini tidak lepas dari era fotografi digital, jikalau dulu untuk mengirim foto kepada redaksi harus memakai jasa kurir maupun pos, namun sekarang sesuai dengan perkembangan teknologi setiap jurnalis dapat mengirim hasil karyanya ke redaksi melalui *smartphone* atau

telepon genggam yang dibawanya. Walaupun demikian, hal ini tidaklah mengubah berbagai teori yang ada pada fotografi manual karena yang membedakannya hanya pada prosesnya saja. (Mufidah I. , 2021)

Perubahan poses ini sangat mempengaruhi berbagai hal. Seperti, ada tuntutan yang harus dipenuhi oleh redaksi kepada jurnalis foto (*tool* atau alat yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi atau kekinian), memiliki keahlian baru yang harus dikuasai oleh jurnalis foto sehingga kualitas foto yang dihasilkan bagus, dan adanya teknologi komputerisasi yang juga harus disediakan dan dikuasai, dan sebagainya. Hal ini menjadikan foto jurnalistik juga sangat berperan penting pada pemberitaan, narasi yang dalam dunia jurnalistik harus mengacu pada unsur-unsur berita yang mengandung 5W + 1H dapat menjadikan sebuah foto yang menuturkan kejadian tersebut dengan jelas. Karena hal ini, tidak berarti apa-apa sebuah foto jurnalistik tanpa ada keterangan yang menyertainya. (Sugiarto, 2014: 77)

Sesuai dengan perkembangan zaman, sekarang foto jurnalistik tidak hanya ada pada media cetak saja, namun juga ada pada media online. Media online merupakan media generasi ketiga yang hadir setelah hadirnya era media cetak (*printed media*) seperti buku, koran, majalah dan setelah munculnya media elektronik (*electronic media*) seperti televisi, radio, dan film. Romli (2013: 30) mendefinisikan media online disebut juga sebagai *cyber media* ataupun media internet yang diartikan sebagai media yang menyajikan atau tersaji pada sebuah situs web atau online. Dalam kejournalistikan, media online menjadi sebuah produk jurnalistik online (*cyber journalism*) yang merupakan proses pelaporan berita atau informasi mengenai sebuah peristiwa berdasarkan fakta yang disebarluaskan atau didistribusikan melalui jaringan internet atau akses internet.

Di media online foto jurnalistik tidak hanya dijadikan media untuk memberikan sebuah informasi untuk melengkapi sebuah karya tulis saja, foto jurnalistik juga digunakan untuk menarik masyarakat atau pembaca dalam mengkonsumsi informasi atau berita di sebuah media. Ini membuat media online

tengah berlomba-lomba dalam memberikan foto atau gambar secara unik untuk mendapat perhatian masyarakat atau minat bagi pembaca. (Dzikri, 2020)

Jadi, fotografi adalah teknik mengatur cara-cara pengambilan foto yang baik, menjaga pencahayaan yang benar dan pengolahan gambar yang benar serta semua hal yang berkaitan dengan fotografi itu sendiri. Sedangkan fotografi adalah sebuah karya seni yang bersifat indah yang dapat menyalurkan fikiran dan perasaan si fotografer yang ingin menyampaikan tujuannya melalui gambar atau foto. Foto tersebut merupakan gambar yang dihasilkan melalui proses fotografer dan disebarluaskan melalui media massa untuk menyampaikan pesan, tujuan, ataupun peristiwa menarik yang sedang terjadi. Sederhananya, foto jurnalistik adalah foto yang mengandung nilai berita mengandung sebuah peristiwa yang menarik dan disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin, yang mana selalu terikat dengan media massa baik cetak, elektronik maupun online, yang memicu setiap orang ingin mendapatkan foto dari media pilihannya. Dan tentunya untuk dapat menghasilkan foto yang bagus jurnalis foto juga harus memiliki skill baru yang harus dikuasai sesuai dengan perkembangan teknologi. Oleh karena itu, foto jurnalistik ini sangat berperan penting pada pemberitaan, adanya *caption* atau keterangan foto dalam dunia jurnalistik juga harus mengacu pada unsur-unsur berita yang mengandung 5 W + 1 H yang menjadikan sebuah foto dapat menuturkan kejadian dengan jelas.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang adalah salah satu instansi yang bekerja dibawah naungan pemerintah dalam bidang komunikasi dan informatika. Untuk melancarkan kegiatannya sebagai instansi yang memberikan informasi kepada masyarakat dan sebagai perpanjangan tangan kegiatan kepala daerah (wali kota), Kominfo sangat memanfaatkan teknologi seperti pemakaian media sosial, seperti *facebook*, *instagram*, *website*, maupun *youtube*, dan salah satu media sosial yang digunakan dan sangat populer dikalangan masyarakat adalah *instagram*.

Instagram dengan akun @kominfopadangpanjang yang sudah terverifikasi dan sudah bercentang biru (20,6 rb *followers*) ini umumnya menerbitkan 12 buah berita setiap harinya, namun itu tergantung berapa berita yang selesai perharinya. Secara holistik, berita-berita yang dimuat oleh Kominfo cenderung kepada kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh kepala daerah kota Padang Panjang atau kegiatan-kegiatan pemerintahan lingkup Padang Panjang lainnya. Dalam setiap postingan Kominfo foto- foto yang ditampilkan juga selalu dibarengi dengan keterangan foto atau *caption*. Sehingga foto bisa dikatakan bersifat akurat dan informatif, dan dapat dilihat juga jenis foto yang di pakai oleh Diskominfo ini lebih mengarah kepada *General News Photo*, yang mana foto-foto tersebut diabadikan dari peristiwa yang terjadwal, rutin, dan biasa. Dan biasanya foto dengan jenis ini bertemakan politik, ekonomi, dan humor, seperti “Farhan Furqon ke Amerika, Berkat Program Beasiswa guru dan Murid Juara”, “Gubernur Mahyeldi Resmikan 10 Sarana Pelayanan Masjid Jamia’ Nurul Huda”, “Wawako Asrul Berharap Padang Panjang Berkembang Melalui Investasi”, “DPRD Sampaikan Rekomendasi terhadap LKPJ T.A 2021”, Baznas Salurkan 180 Paket Sembako ke Fakir Miskin”, dll.

Dalam hal ini, sesuai dengan fungsi atau pentingnya kehadiran foto jurnalistik yaitu: untuk memperkuat sebuah berita, sehingga berita tersebut dapat dipercaya dan layak dikonsumsi oleh masyarakat, dapat menarik minat masyarakat untuk membaca berita atau informasi-informasi baik itu dilingkungannya maupun belahan dunia, bisa meminimalisirkan berita-berita hoax sehingga masyarakat tidak mudah termakan berita-berita yang tidak benar. Agar berita tersebut dapat dikatakan valid dan memenuhi syarat, setiap berita harus disertakan bukti (foto jurnalistik) dibarengi dengan teks atau *caption* sehingga saat dipublikasikan ke media sosial berita yang ditampilkan sesuai dengan kejadian dan mudah dimengerti dan berita tersebut akurat, informatif, dan pesan dapat tersampaikan. Jika dilihat dari *instagram* Diskominfo, setiap berita selalu diposting beserta keterangan foto atau *caption* dalam setiap postingannya.

Selain itu, foto jurnalistik yang dipublikasikan juga harus dapat mengundang minat masyarakat untuk membaca berita yang disajikan. Agar masyarakat tertarik, pengambilan foto jurnalistik haruslah bagus, yang mana segi angle berita yang harus sesuai dan sejalan dengan angle foto yang diambil, baik kualitas, ke aesthetican sebuah foto, etika, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, dalam foto jurnalistik online terlebih foto dipublikasikan melalui media online, dimana masyarakat dapat mengakses dan memberikan tanggapan secara langsung di kolom komentar, atau tanda like yang sudah disediakan, sehingga melalui komentar atau tanda like ini nantinya kita dapat mengetahui kekurangan dari sebuah foto atau berita yang disajikan. Sementara itu, dilihat dari *like* dan komen dalam setiap pembuatan berita yang diupload Kominfo terbilang cukup minim disetiap postingan kominfo jika dibandingkan dengan *followersnya* yang sudah mencapai kurang lebih 20 rb-an dan bercentang biru, dapat dikatakan bahwa kurangnya minat masyarakat dalam mengikuti kegiatan yang diakses oleh Kominfo, dan juga foto-foto yang ditampilkan juga kurang beragam dan *aesthetic*. (Budiono, 25 November 2021, wawancara pra-riset).

Berdasarkan observasi awal penulis tertarik mengkaji lebih lanjut dalam penelitian ini dan menuangkannya dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Urgensi Foto Jurnalistik dalam Publikasi Berita di Media Sosial Instagram Dinas Kominfo Kota Padang Panjang”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas fokus peneliti adalah **“Urgensi Foto Jurnalistik dalam Publikasi Berita di Media Sosial Instagram Diskominfo Kota Padang Panjang”**.

C. Sub Fokus Penelitian

1. Bagaimana Urgensi Foto Jurnalistik dapat memperkuat publikasi berita di media sosial?
2. Bagaimana Urgensi Foto Jurnalistik dapat menimbulkan kepercayaan pembaca di media sosial terhadap sebuah berita?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui urgensi foto jurnalistik dapat dikatakan sebagai bukti untuk memperkuat sebuah berita.
2. Untuk mengetahui bahwa kehadiran foto jurnalistik dapat menarik minat masyarakat untuk membaca sebuah berita.

E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif kepada berbagai pihak, baik peneliti maupun pembaca pada umumnya atau mereka yang membutuhkan pengetahuan tentang hal ini, adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan teori-teori dan memberikan pengetahuan mengenai **“Urgensi Foto Jurnalistik dalam Publikasi Berita di Media Sosial Instagram Dinas Kominfo Kota Padang Panjang”**.

b. Manfaat Praktis

- 1) Peneliti: untuk menambah pengetahuan dan memperoleh wawasan terkait dengan masalah yang penulis angkat.

- 2) Masyarakat: menambah pengetahuan terkait pentingnya kehadiran foto jurnalistik dalam sebuah berita dan bahwasannya foto jurnalistik dapat menarik minat masyarakat untuk membaca sebuah berita.
- 3) Pembaca: menambah ilmu pengetahuan tentang terkait pentingnya kehadiran foto jurnalistik dan dapat menarik minat masyarakat untuk membaca suatu berita.

2. Luaran Penelitian

Luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk dijadikan proposal skripsi, dan minat dalam memperoleh pentingnya kehadiran foto jurnalistik lebih ditingkatkan lagi agar pengetahuan bertambah.

F. Definisi Istilah

Definisi istilah bertujuan untuk memperjelas pengertian serta agar penelitian ini lebih terarah, maka akan dijelaskan di definisi istilah antara lain:

1. Foto Jurnalistik

- a. Menurut Wilson yang dikutip dari Alwi dalam buku *Fotografis Jurnalistik*, menurutnya foto jurnalistik adalah kombinasi dari kata dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan yang memiliki kasamaan latar belakang dan sosial pembacanya.
- b. Menurut Wijaya dikutip oleh Rita Gani dalam bukunya *foto jurnalistik* adalah foto yang bernilai berita dan menarik bagi masyarakat sehingga disampaikan sesingkat mungkin kepada khalayak.
- c. Menurut Hanapi, fotografi jurnalistik adalah kegiatan fotografi yang bertujuan untuk merekam jurnal peristiwa-peristiwa yang menyangkut manusia.
- d. Menurut Soelarko, fotografi jurnalistik sebagai foto berita atau bisa juga disebut dengan sebuah berita yang disajikan dalam bentuk foto.

e. Menurut Oscar Motuloh, fotografer senior Biro Foto LKBN antara Jakarta menyebut foto jurnalistik adalah medium sajian untuk menyampaikan beragam bukti visual atau peristiwa pada suatu masyarakat seluas-luasnya.

Menurut Guru Besar Universitas Missouri, AS, Cliff Edom foto jurnalistik adalah paduan kata *words* dan *picture*. Sementara menurut editor foto majalah *Life* dari 1937-1950, Wilson Hicks, kombinasi dari kata dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antar latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya. (Alwi, 2016: 4)

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa foto jurnalistik dapat dikatakan sebagai suatu sajian dalam bentuk foto yang dapat menarik minat masyarakat untuk membacanya dan menjelaskan peristiwa yang sedang terjadi, yang mana peristiwa tersebut berkaitan dengan kehidupan manusia itu sendiri. Dan dapat dikatakan bahwa manusia adalah makhluk yang sangat membutuhkan informasi atau berita yang terjadi baik disekitar lingkungannya maupun belahan dunia.

2. Berita

Berita adalah teks atau tulisan yang berisikan tentang peristiwa yang terjadi di dunia ini berdasarkan fakta lapangan, dan ditulis di media cetak, disiarkan di radio, ditayangkan di televisi, atau diunggah diberbagai macam situs. Setiap sebuah berita harus sesuai fakta, namun tidak semua fakta dikemas untuk sebuah berita. Namun, ada pendapat lain yang mengatakan berita bisa dikatakan sebuah laporan tentang hal-hal (fakta atau opini) yang dibutuhkan masyarakat dan disampaikan secara tepat waktu. (Indiwan Seto, 2015: 44)

3. Instagram

Menurut Kaplan & Haelein (20014: 26) *instagram* adalah aplikasi yang menggunakan basis internet dan teknologi web.2.0 yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan *user-generated content*. Menurut Bambang, *instagram* adalah salah satu aplikasi dari *smartphone* yang mirip dengan aplikasi basis internet lainnya. Kelebihan dari *instagram* menyediakan platform

untuk foto yang unik dan beragam serta fitur-fitur yang lebih artistik sehingga foto yang disajikan lebih indah untuk berbagi informasi penggunanya.
(Atmoko, 2012: 10)

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Foto Jurnalistik

1. Pengertian Foto Jurnalistik

Mengulik foto jurnalistik atau foto berita tidak pernah lepas dari media massa, seperti media cetak, *onlinedan* elektronik, yang mendorong setiap orang untuk mendapatkan gambar terbaik dari media yang dipilihnya. Foto berita adalah gambar yang tujuannya untuk kepentingan pers atau informasi. Untuk penyampaianya harus mencakup tulisan atau naskah yang menjelaskan isi gambar sebagai bentuk penyajian dari jenis foto ini yang juga kerap kita lihat pada media massa. (Sari, 2019)

Dalam dunia jurnalistik, gambar salah satu item yang sangat penting untuk mewakili sebuah pemberitaan atau informasi yang tidak dapat hanya diwakilkan dengan narasi atau tulisan saja. Jika tulisan telah menjelaskan atau menceritakan pemberitaan tersebut, foto ada untuk faktor pendukung tulisan agar apa yang ingin disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan jelas. (Sari, 2019)

Sejatinya, foto jurnalistik adalah foto yang mempunyai nilai berita dan informasi yang disampaikan kepada masyarakat secara cepat. Foto tersebut layak ditampilkan karena mempunyai maksud tertentu, karena dalam dunia jurnalistik foto memiliki peran penting sebagai suatu kebutuhan vital, oleh karena itu foto juga termasuk salah satu daya tarik bagi pembaca. Foto yang dimaksud bukan hanya sekedar foto pada umumnya melainkan foto yang diciptakan untuk melengkapi informasi atau berita yang akan disampaikan kepada publik.

Berdasarkan yang telah dijelaskan oleh Wijaya dalam Gani & Kusumalestari (2013: 47) foto jurnalistik adalah foto dengan adanya unsur nilai berita atau foto yang menarik bagi publik, dan informasi tersebut disampaikan kepada publik sesingkat mungkin. Hal ini juga menerangkan bahwa ada pesan

tertentu yang ada pada sebuah foto sehingga layak dipublikasikan kepada masyarakat.

Definisi diatas juga mengatakan bahwa foto jurnalistik adalah laporan yang memerlukan kamera untuk menghasilkan bentuk visual seorang jurnalis foto dan juga bisa menggabungkan antara keahlian membuat laporan investigasi dan membedakannya dengan *feature*. Karena hal ini, Kobre dalam Gani & Kusumalestari (2013: 47) menekankan foto berita yaitu palaporan visual yang menjelaskan berita lebih baik daripada tulisan.

Berikut beberapa pengertian fotografi jurnalistik menurut beberapa para ahli, diantaranya:

- a. Menurut Wilson yang dikutip dari Alwi dalam buku *Fotografis Jurnalistik*, foto jurnalistik merupakan perpaduan dari kata dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan yang tidak terpisahkan yang memiliki kasamaan latar belakang dan sosial pembacanya.
- b. Wijaya dikutip oleh Rita Gani dalam bukunya foto berita adalah foto yang memiliki nilai berita dan bisa menimbulkan ketertarikan pembaca sehingga pesan tadi disampaikan sesingkat mungkin kepada khalayak.
- c. Hanapi, foto jurnalistik adalah bentuk aktivitas fotografi yang tujuannya untuk mengabadikan peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan manusia.
- d. Soelarko, fotografi jurnalistik sama dengan foto berita atau bisa juga disebut sebagai sebuah berita yang penyajiannya berupa foto.

Menurut Oscar Motuloh, fotografer senior Biro Foto LKBN antara Jakarta menyebut foto jurnalistik adalah medium sajian untuk menyampaikan beragam bukti visual atau peristiwa pada suatu masyarakat seluas-luasnya.

Menurut Guru Besar Universitas Missouri, AS, Cliff Edom foto jurnalistik adalah paduan kata *words* dan *picture*. Sedangkan menurut editor foto majalah *Life* dari 1937-1950, Wilson Hicks, perpaduan antara kata dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antar latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya. (Alwi, 2016: 4)

Berdasarkan pengertian diatas, bisa disimpulkan bahwa foto jurnalistik dapat dikatakan sebagai suatu sajian dalam bentuk foto yang dapat menarik minat masyarakat untuk membacanya dan menjelaskan peristiwa yang sedang terjadi, yang mana peristiwa itu berkaitan dengan aktivitas manusia itu sendiri. Dan dapat dikatakan bahwa manusia adalah makhluk yang sangat membutuhkan informasi atau berita yang terjadi baik disekitar lingkungannya maupun belahan dunia.

Foto jurnalistik juga dapat diartikan sebagai saranapenyampaian informasi melalui fotografi sehingga foto jurnalistik menjadi sebuah berita ataupun informasi yang dibutuhkan masyarakat baik itu disekitar lingkungannya sampai ke belahan dunia. Foto jurnalistik adalah hasil karya seorang fotografer jurnalistik atau dapat dikatakan sebagai pewarta foto, jurnalis foto, atau wartawan foto yang diharapkan mampu mengekspresikan sudut pandang sang fotografer dan dapat memberikan maksud dan tujuan dari foto yang diambil.

Foto berita juga termasuk produk jurnalistik yang dihasilkan oleh wartawan selain tulisan yang berbau berita (*straight news*, *hard news*, berita bertafsir, berita kedalaman (*depth reports*) maupun non berita (artikel, *feature*, tajuk rencana, pojok, karikatur, dan surat pembaca). Oleh karena itu produk dalam pemberitaan tentunya foto jurnalistik memiliki peran penting dalam media cetak maupun cyber media (internet).

Sebagai simbol yang bernuansa visual, foto atau gambar mendeskripsikan sesuatu pesan yang tidak secara eksplisit tertuang kedalam komunikasi kata, baik lisan maupun tulisan (Muhtadi, 1999: 101). Foto jurnalistik jika dilihat sebagaimana aslinya merupakan karya visual dari jurnalisme yang memiliki nilai berita atau informasi yang perlu untuk diketahui publik dan disebarluakan menggunakan media massa.

Dalam hal ini kelayakan dari foto jurnalistik meliputi unsur visi, informatif, kehangatan, faktual, relevan, misi dan juga angel foto. Sementara

itu, salah satu prasyarat mutlak dari nilai sebuah foto jurnalistik adalah orsinalitas dan tidak hasil dari rekayasa termasuk rekayasa komputer grafis. Selain itu, untuk kepentingan sebuah cover majalah atau media internet, pemakaian komputer grafis terhadap foto bisa ditolerir dan dipertimbangkan untuk tujuan estetika dalam menarik minat pembaca.

Menurut Portanto dan Al-Barry dalam Jaka Priyo Nusantara(2014: 15) fotografi berasal dari kata *photo* yangberarti cahaya dan *Graph* yang berarti gambar. Secara ilmiah populer dikatakan *photo*ialah gambar atau jepretan dari hasil kerja kamera. Selain itu, fotografi merupakan pengetahuan teknik atau seni pengambilanfoto dengan potret atau kamera. Dan orang yang mengambil foto disebut dengan fotografer.

Jurnalistik atau *journalisme* berawal dari kata jurnal yang artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari dan bisa juga disebut surat kabar. *Jouranal* berasal dari bahasa latin *Diurnalis* yaitu harian atau setiap hari. Dari situlah awal mula kata jurnalis yang berarti melakukan pekerjaan jurnalistik.

Foto jurnaslitik ini adalah suatu teknik atau seni yang merekam, mengabadikan, menceritakan fenomena atau kejadian yang ada pada masyarakat, yang berkaitan dengan sekat-sekat kehidupan nyata, memperlihatkan suatu hal yang terlihat dan nyata dan ingin disampaikan kepada pembaca. Namun begitu, tentunya foto jurnalistik yang digunakan juga harus mengandungunsur-unsur berita yakni 5W + 1H tujuannya ketika pembaca melihat foto tesebut dapat menginterpetasikan foto tidak dalam makna ganda, dapat menjadikan sebuah foto yang menuturkan sebuah peristiwa dengan jelas. Oleh sebab itu, tidak berarti apa-apa sebuah karya foto dalam dunia jurnalistik jika tidak adanya narasi yang melengkapinya (Sugiarto, 2014: 77). Karena untuk jurnalistik foto hal ini sangat membantu dalam menjelaskan hal-hal yang terdapat dalam pemberitaan.

2. Karakteristik Foto Jurnalistik

Menurut Gani & Kusumalestari (2013). karakteristik foto jurnalistik adalah sebagai berikut:

1. Foto jurnalistik merupakan komunikasi melalui foto (*communication photography*). Maksudnya melalui foto akan mengekspresikan sudut pandang fotografer untuk menyampaikan sebuah pesan namun pesan yang dimaksud bukanlah ekspresi pribadi.
2. Perantara foto jurnalistik yaitu media cetak seperti koran atau majalah, lalu media elektronik dan media online seperti internet (*wire service*).
3. Kegiatan foto jurnalistik lebih keaktivitas kehidupan.
4. Foto jurnalistik merupakan gabungan antara foto dan kata.
5. Subjek foto jurnalistik mengarah kepada manusia dan pembaca.
6. Foto jurnalistik merupakan komunikasi yang mengacu pada khalayak banyak (*mass audience*) namun begitu pesan yang disampaikan harus singkat dan diterima beraneka ragam.
7. Foto jurnalistik merupakan hasil foto kerja layout.
8. Tujuan foto jurnalistik yaitu menyampaikan informasi kepada publik sesuai dengan peraturan kebebasan berbicara dan kebebasan pers (*freedom on speech and freedom of press*).

Berdasarkan hal di atas, foto jurnalistik bukanlah sebuah gambar yang dipotret oleh siapa saja dan peristiwa apa saja, ada beberapa unsur yang mesti dihiraukan sehingga dapat disebut foto berita. Terlebih lagi untuk sinkronan antara foto dan teks dan pemuatannya pada media massa (Gani & Kusumalestari 2013: 49).

3. Jenis-jenis Foto Jurnalistik

Menurut Alwi (2004), ada sembilan jenis foto jurnalistik menurut *World Press Photo* (WPP) yaitu badan foto jurnalistik dunia yang menjadi acuan bagi setiap fotografer dalam mengemban tugas sebagai jurnalis foto. Jenis-jenis foto jurnalistik sebagai berikut:

1. *Spot Photo*, foto dari peristiwa yang tidak dijadwalkan atau tidak sengajadiambil olehjuru foto langsung dilokasi kejadian. Contoh, foto tentangbencana alam, perkelahian juga perang. Disebabkan dibuat dari peristiwa yang jarang terjadi maka spot foto harus cepatdipublikasikan.
2. *General News Photo*, foto yang diabadikan dari peristiwa terjadwal, rutin, dan biasa. Seperti, politik, ekonomi, dan humor. Contohnya walikota padang panjang meresmikan islamic center sebagai tempat ibadah dan wisata, peresmian jamaah haji dan lain-lain.
3. *People in the News Photo*, foto berkaitan dengan masyarakat dalam suatu berita, yang diperlihatkansisipersonal atau sisi lain orang yang menjadi berita. Seperti keunikannya, nasib, dan lainnya. Contoh, foto anak kecil yang dianiaya oleh tentara israel, dan lain-lain. Tokoh pada foto people in the news ini bisa tokoh populer maupunorang biasa, setelah itu menjadi populer saat foto tersebut dipublikasikan.
4. *Daily Life Photo*, foto mengenai kehidupan sehari-hari manusia diliht dari sisi kemanusiaannya (human interest). Misal, pedagang kaki lima dijalan trotoar.
5. *Potrait*, foto yang memperlihatkan wajah seseorang dan diambil secara close up. Biasanya ada ciri khas pada wajah orang tersebut atau hal lainnya.
6. *Sport Photo*, foto mengenai aktivitas olahraga. Peristiwaini biasanya berlangsung pada jarak tertentu antara atlet dengan penonton punjuru foto, untuk pengambilanfoto olahraga dibutuhkan peralatan yang maksimal. Misal lensa yang panjang dan kamera yang mempunyai motor drive.
7. *Science and Technology Photo*, foto yang didapati dari kejadian-kejadian yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Misal foto penemuan kamera handphone terbaru, foto proses pembuatan matahari, dan lainnya.
8. *Art and Culture Photo*, foto diambil dari hal-hal seni maupun budaya. Misal konser Taylor Swift, pertunjukan tari khas minang dan lain-lain.

9. *Social and Environment*, foto berhubungan dengan kehidupan sosial masyarakat serta lingkungannya. Misal, foto ibu yang menjemur kerupuk di atas rel kereta api.

Sementara itu menurut Oosley (1971), foto jurnalistik dibagi menjadi dua kelompok utama, yaitu (Gani dan Kusumalestari, 2013):

1. Nilai Kepentingan

- a. *Foto Hard News*, foto jurnalistik sangat penting, mempunyai nilai aktualitas tinggi. Foto ini biasanya ditampilkan pada cover utama majalah berita.
- b. *Foto Soft News*, foto jurnalistik yang tidak terlalu penting, tapi bisa juga untuk dirilis.
- c. *Filter News*, foto jurnalistik fungsinya sebagai pengisi atau pendukung halaman. Jika perlu, foto ini boleh untuk ditampilkan.

2. Penyajian

- a. *Spot News*, foto yang mengabadikan peristiwa sesaat dengan waktu yang sangat singkat dan tidak berulang. Umumnya seperti foto tunggal yang berdiri sendiri menampilkan sebuah peristiwa.
- b. *Photo Essay*, serangkaian foto yang mendeskripsikan banyak aspek dari suatu masalah yang dibahas secara mendalam.
- c. *Photo Sequence*, foto yang menampilkan serangkaian peristiwa secara mendetail, mendalam, berurutan, sesuai kejadian. Hal tersebut terjadi hanya selisih waktu yang amat singkat (bilangan menit bahkan detik).
- d. *Feature Photograph*, foto jurnalistik yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari tapi mengandung sisi menarik manusia.

4. Syarat-syarat Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik termasuk sebagai sarana visual untuk merekam, mengabadikan atau menceritakan suatu kejadian. Bersifat deskriptif, dan memudahkan khalayak untuk mengetahui sebuah berita tanpa harus membacanya terlebih dahulu. Dalam Ferry Darmawan (2005) syarat sebuah

foto berita yang tepat dilihat dari kemampuan menyajikan beritanya dengan banyaknya detail gambar yang dengan gampang dapat dikenali keorsinalitasannya. Disisi lain, foto berita benar-benar harus terjadi sebab apabila terdapat kepalsuan dalam jangka waktu tertentu dapat terjadi penolakan.

Menurut Ed Zoelverdi (1985), untuk memudahkan pembaca dalam memahami pesan komunikasi visual dari sebuah foto, terdapat beberapa syarat-syarat foto jurnalistik yang perlu pertimbangan afar foto tersebut layak disiarkan, yaitu sebagai berikut:

1. *Informatif*, foto dapat mendeskripsikan dirinya secara ringkas, sehingga maksud pesannya langsung tersampaikan ke pembaca.
2. *Hangat*, selaras dengan prasyarat sebuah berita, yang diperlihatkan pada sebuah foto itu memiliki unsur kebaruan. Subyeknya bukan cerita yang sudah lama.
3. *Faktual*, foto tidak direkayasa. Melainkan sesuai dengan kejadian yang sebenarnya.
4. *Relevan*, foto menjadi pendamping narasi, maka gambaran yang terlihat pada foto tidak lepas dari tema tulisan atau sinkron.
5. *Gema*, ini menentukan penempatan foto. Jika kejadiannya hanya mengenai kejadian lokal (rumah banjir) maka fotonya mungkin tidak di halaman utama. Namun apabila peristiwanya itu memakan ratusan korban, seperti akibat bencana alam dahsyat, yang gemanya bukan sekedar lokal tapi lebih luas yaitu nasional, foto ini layak dapat porsi halaman muka.
6. *Misi*, berkaitan tujuan atau target pemuatan foto. Misal kejadian bencana alam, maka tujuannya untuk mendapati empati atau simpati manusia. Adatujuannya membangkitkan apresiasi masyarakat kepada hal-hal yang harus dihargai, begitu sebaliknya menggugah kemauan mereka untuk mengubah apa yang secara kemasyarakatan dianggap buruk.

7. *Otentik*, ada dua pengertian otentik. Pertama subyeknya bisafotografer bersangkutan yang dapat dan kedua, harus punya 10juru foto memotosubyek yang sama, namun hanya satu hasil yang menunjukkan angle yang berbeda.
8. *Atraktif*, mengenaihal grafis sebuah foto yang disajikandapat menggigit atau mencekam. Penampilannya tidak hambar dan dibagian ini ada peran editing atau sumbangsih polesan editor foto.

Menurut Prof. Bend. Heydemann, anggota persatuan Jerman untuk fotografi mengemukakan ada enam syarat foto berita, yang diungkapkan pertama kali pada kongres D.G Ph di Munchen:

1. Foto jurnalistikdapat menonjolkan diri, melawan membanjirnya berita (prinsip persaingan). Keberadaannya tidak untuk mencari sensasional, atau dengan cara penyajian yang konvensional.
2. Foto jurnalistik harus ditata sedemikian rupa sehingga dapat diterima oleh pembaca dan tidak sulit untuk mencernanya. Intinya bagaimana foto dapat berkesan di indra pembaca.
3. Fotojurnalistik tidak memuat ulangan-ulangan dari gaya pemberitaan sebelumnya hal ini agar mencegah efek prinsip pembaruan dan untuk menghindari kebosanan pembaca.
4. Foto jurnalistikdapat membuat pembaca tersentuh, dalam arti proses penyampaian informasi dalam foto bisa menyentuh sensisitivitas pembaca.
5. Foto jurnalistik harus foto peristiwa yang nyata terjadi sebabapabila terjadi manipulasi, untuk jangka panjang akan terjadi penolakan atas dasar pengalaman yang negatif.

Syarat sebuah foto yang berhasil yaitu foto berita mampu mengemas beritanya dengan kekayaan detail gambar dan dengan mudah bisa diketahui (prinsip originalitas harus dilihat). Sementara itu, foto jurnalistik harus sesuai dengan kejadian nyata kerena bila terjadi pemalsuan dalam jangka waktu tertentu dapat terjadi penolakan (prinnsip dapat dipercaya harus diperhatikan).

5. Fungsi Foto Jurnalistik

Dalam perkembangannya, jurnalistik foto juga tidak terlepas dari fungsinya sebagai pelengkap dan memperindah halaman surat kabar. Foto juga bisa dijadikan sebagai perbedaan dua berita terhangat yang ditampilkan pada halaman utama surat kabar. Menurut Effendy dalam Gani & Kusumalestari (2013: 60), yaitu untuk menyiarkan informasi, mendidik, menghibur, dan memengaruhi. Terkhusus oleh Thomas Elliot Berry dalam bukunya berjudul *Journalism In America an Introduction to The News Media* menjelaskan lima fungsi dasar sebuah foto jurnalistik dalam sebuah surat kabar, yaitu:

- a. *To communicate the news*, untuk mengkomunikasikan berita. Foto memiliki arti yang sangat penting dalam penyampaian berita secara keseluruhan. Selain adanya penyampaian informasi melalui foto, foto tersebut juga harus dapat “berbicara” secara lebih komunikatif kepada pembaca dibandingkan berita tertulis. Karena adakalanya berita lebih bisa dimengerti oleh pembaca dengan mempergunakan foto dibanding hanya tulisan saja.
- b. *To give another dimension to a news worthy figure*, untuk memperlihatkan sisi lain dari orang yang diperbincangkan. Berita tentang seseorang dapat memberikan makna lain jika dibarengi foto.
- c. *To make a brief but important announcement*, menyingkat berita tanpa mengurangi arti berita.
- d. *To make a page attractive*, penghias halaman media cetak sehingga menciptakan ciri tersendiri dari sebuah media cetak.

6. Unsur Pendukung Nilai Foto Jurnalistik

Sumidiria dalam Gani & Kusumalestari (2013: 49) mengatakan bahwa ada sebelas unsur yang termasuk pada nilai berita, dan unsur-unsur ini pun penting untuk mendukung nilai berita sebuah foto jurnalistik, antara lain:

- a. Keluarbiasaan (*Unusualness*). berkaitan dengan hal-hal yang tidak lumrah, aneh dan unik. Umumnya hal ini dapat menimbulkan daya tarik pembaca dan

- menarik perhatian khalayak. Suhandang dalam Gani & Kusumalestari (2013: 49) memaparkan bahwa cerita baru atau gaya baru, kejadian yang aneh dan luar biasa akan menarik perhatian khalayak. Dalam nilai berita foto haruslah menjadi pendukung yang menguatkan pemberitaan ini.
- b. Kabaruan (*Newness*). Setiap hari *headline* berita berganti, sama halnya foto yang menyertainya. Wijaya dalam Gani & Kusumalestari (2013: 50), hal ini dikarenakan agar pembaca dapat mengetahui hal yang baru dan bisa memahami perubahan keadaan sehingga mereka dapat menyesuaikan diri. Unsur kebaruan bukan berarti baru saja terjadi, melainkan mungkin telah terjadi di masa lalu namun masyarakat baru menyadarinya. Oleh karena itu, seorang jurnalis foto harus cepat dan teliti menangkap segala hal baru dari suatu kejadian.
- c. Akibat (*Impact*). Masih ingat foto Gayus Tambunan (tersangka korupsi pajak) saat sedang menonton pertandingan tenis di Bali sekitar bulan November 2010 lalu? Foto Gayus Tambunan yang menyamar dengan kacamata dan wig tersebut memberikan efek luar biasa di Indonesia. Jika melihat kondisi Gayus yang masih beradadi penjara, tetapi faktanya bisa “terbang” ke Bali. Foto karya wartawan *Kompas* Agus Sosanto tersebut, menjadi *headline* di setiap media cetak bahkan menjadi topik utama di media elektronik, foto ini sangat mempengaruhi akibat dari sebuah pemberitaan karena pada dasarnya berita adalah segala hal yang berdampak luas. Semakin besar dampak sosial budaya ekonomi dan politik yang ditimbulkannya, maka besar pula nilai berita yang dikandungnya.
- d. Aktual (*Timeliness*). Informasi yang dimuat di media massa haruslah mengarah kepada pembaca. Oleh sebab itu, nilai aktualisasi menjadi hal wajib untuk dipenuhi oleh sebab berita. Konsep Aktualisasi merujuk pada sifat berita saat dipublikasikan berkaitan dengan waktu penyebaran berita dan terjadinya peristiwa.

- e. Kedekatan (*Proximity*). Istilah ini menjadi menarik jika disajikan melalui sebuah foto karena dengan melihat foto yang ditampilkan bisa membantu pembaca untuk “mengingat” lagi berbagai peristiwa yang berkaitan dengan foto tersebut. Serta dengan melihat apa yang ditampilkan foto, pembaca akan mengetahui *headline* berita tersebut.
- f. Informasi (*information*). Setiap berita harus mengandung informasi, tapi tidak segala informasi mempunyai nilai berita. Berita yang ada pada surat kabar biasanya sudah melalui tahap penyaringan. Berita yang mempunyai nilai beritalah yang pantas untuk dipublikasikan. Begitu jugapada sebuah foto, termasuk selebar pas foto yang memberitakan seseorang. Foto yang tidak masuk kategori *headline* bisa juga dimuat di surat kabar dalam bentuk yang berbeda.
- g. Orang penting (*Prominence*). Unsur ini berkaitan dengan publik figure, selebritis dan pesohor. Aktivitas yang dilakukan oleh mereka selalu menjadi sorotan untuk dipertontonkan kepada masyarakat. Hal tersebut berkaitan dengan jargoan dalam ilmu jurnalistik, *man makes news* (orang yang selalu membuat berita). Nilai berita ini seringkali membuat pewarta foto menjadi *paparazzi*, yang rela melakukan apapun agar bisa mengikuti taret demi mendapatkan foto eksklusif. Tentunya hal ini tidak boleh dilakukan, tapiterkadang tuntutan profesi yang tinggi seringkali mengesampingkan persoalan hati nurani.
- h. Keterkaitan manusia (*Human Interest*). Nilai berita ini sarat dengan muatan manusiawi, ada juga yang menyebutnya dengan kekhasan atau unik. Foto yang termasuk kategori *human interest* harus bisa menarik rasa manusiawi orang yang melihatnya, contohnya foto *feature*. Nilai *human interest* yang ditampilkan dalam foto *feature* bisa memancing emosi orang yang melihatnya, baik itu senang, sedih, prihatin, lucu, terharu, dan sebagainya.

7. Kiat Mengoptimalkan Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik yang optimal dipastikan bisa ikut menjual media yang bersangkutan. Apalagi dalam media cetak, harus dipahami sebagai produk yg menggabungkan 2 media komunikasi lisan serta visual. Foto jurnalistik mempunyai peran penting dalam menentukan kualitas media cetak, sekalipun secara proporsi relative lebih sedikit asal info yang tersaji (Yunus, 2012: 95).

Agar mengoptimalkan hasil foto jurnalistik, wartawan foto harus terinspirasi untuk selalu memberikan sesuatu yang baru kepada pembaca. Sesuatu yang baru bisa diimplementasikan dalam bentuk gambar foto yang unik dan tak lazim pada pengambilan gambar foto, pada hal ini kreativitas pula menjadi elemen yg diperlukan dalam kegiatan foto jurnalistik. Kreativitas wartawan foto pun bisa diimplementasikan pada pembuatan caption atau berita foto (Yunus, 2012: 96).

Apalagi ditengah persaingan media yang sangat ketat mirip sekarang, jajaran redaksi institusi media, termasuk wawancara dituntut mempunyai kreativitas yang memadai, jika perlu berada diatas baku kreativitas yg lazim. (Cahyanda, 2014)

bisa disimpulkan bahwa, foto jurnalistik mempunyai peran yg sangat krusial dalam menentukan sebuah produk media sesuatu yg baru bisa diimplementasikan pada bentuk gambar foto yg unik serta tak lazim pada pengambilan gambar foto, pada hal ini kreativitas jua menjadi elemen yang diperlukan pada aktivitas foto jurnalistik.

B. Estetika Foto Jurnalistik

Estetika berasal dari kata Yunani *aesthetikos*, yang secara harfiah berarti memahami dengan melihat indera. Estetika memainkan peran penting dalam cara seni mengekspresikan emosi, perasaan, dan pikiran manusia. Dari segi estetika, seni dapat memberikan kepuasan emosional melalui persepsi indrawi. Thomas

Aquindas menganggap glamour atau keindahan itu enak dipandang (Dharsono, 2004:10).

Louis O. Kattsoff Seperti dikutip dalam *The Liang Gie*, (Dharsono, 2020: 6) Estetika adalah cabang filsafat yang membahas tentang struktur dan persepsi keindahan, khususnya dalam seni. Definisi keindahan berbeda dengan seni, ada dua pandangan tentang keindahan: satu subjektif, yaitu keindahan, karena persepsi keindahan dapat berupa visual dan emosional.

Menurut Soedjono (2007: eight), estetika memiliki dua aspek, teoretis dan teknis. Kesadaran mengacu pada wacana fotografi yang berkembang dari pengakuan bahwa manusia adalah makhluk cerdas dengan kemampuan tingkat lanjut untuk mengatur lingkungan alam di mana ia tinggal.

Dalam konteks ini, dapat dilihat bagaimana cara orang menanggapi setiap situasi nyata, menemukan sesuatu, dan kemudian menggunakan fotografi untuk mengekspresikan pikiran atau diri mereka sendiri. Ketika digunakan secara efektif, tujuan dan ide yang digunakan dapat menentukan karakteristik dalam karyanya. Oleh karena itu, setiap pengguna dapat memiliki nilai preferensi yang berbeda meskipun objeknya sama. Kreativitas dan imajinasi juga sangat berpengaruh dalam memberikan sentuhan elegan pada setiap karya yang dihasilkan.

Fotografi yang dijadikan sebagai media penyampai pesan menjadi kesempatan bagi sebuah karya fotografi jurnalistik untuk berperan dalam kehidupan umat manusia. Karena nilai estetika sebuah fotografi jurnalistik tidak hanya melulu berdasarkan pada persoalan teknis pemotretan, namun juga pada tataran nonteknis, yaitu berupa kekuatan isi pesan dan informasi serta konteks yang melatarbelakangi penciptaan karya tersebut sehingga persepsi dan pemaknaan bersifat utuh. Setiap pemaknaan juga harus sesuai dengan dengan konteks keberadaan (contextual framework) karya fotografinya, maksudnya adalah segala hal yang berkaitan dengan tujuan (objective) dari kehadiran karya tersebut (Soedjono, 2007: 26).

Foto jurnalistik yang baik mengandung kekuatan cerita terhadap sebuah peristiwa yang dipotret sehingga dapat menunjukkan sebuah "drama" dari penggalan peristiwa tersebut. Pada akhirnya cerita tersebut menampilkan dimensi lain dari pada hanya sekadar dimensi kajian estetika. Kisah yang dibuat dalam bentuk foto jurnalistik ini tentunya mengandung nilai-nilai yang lebih dalam dan berhubungan dengan manusia. Bahkan di kondisi tertentu, aspek-aspek dari estetika formal tersebut menjadi pertimbangan kedua setelah adanya pertimbangan nilai-nilai lain dalam pemilihan sebuah foto yang dipublikasikan.

Tidak jarang pula sajian foto yang ditampilkan dalam ukuran besar dihalaman depan surat kabar yang mana bukan foto dengan komposisi dan warna yang bagus, tapi justru bisa mengalahkan foto lain yang memiliki komposisi dan paduan warna yang lebih baik. Tentunya ada pertimbangan yang dalam sehingga foto seperti itu bisa menjadi headline, misal saja kekuatan cerita yang disajikan dalam foto tersebut dan kemudian dapat menimbulkan dampak setelah foto tersebut di publikasikan.

Dampak yang dimaksud ialah perubahan pada masyarakat sebagai spectator (penikmat) dari sebuah foto yang disajikan, tentunya perubahan ini diharapkan dapat menuju ke arah yang lebih baik. Masyarakat bisa menyerap nilai-nilai lain dari pada hanya sekadar perdebatan dangkal mengenai baik buruk sebuah komposisi, warna, dan elemen visible dalam sebuah foto hingga akhirnya nilai-nilai pada dimensi yang lebih dalam tersebut dapat diresapi dan menjadikan sebuah pengalaman baru yang menumbuhkan wawasan. Kehadiran fotografi sebagai seni terapan yang dipublikasikan dapat diiringi dengan penilaian atau kritikan dari para penikmat seni. Kemampuan manusia sebagai spectator (penonton atau penikmat) yang memungkinkannya mengalami atau merasakan keindahan dan memahami bagai dari dunia yang terstruktur dan teratur dengan tujuan tertentu.

Dalam dunia fotografi jurnalistik, tentu memerlukan banyak pertimbangan yang berhubungan dengan etika-etika dalam masyarakat sehingga menjadi

panduan dalam proses pemilihan objek dan pemotretan sebelum kemudian melalui proses hingga layak dipublikasikan. Tahap pengaplikasian teknis dari fotografi ini berupa adanya pencahayaan yang baik pada objek yang dipilih kemudian dipadukan dengan efek ruang tajam (region fokus dalam foto) serta dikuatkan dengan komposisi, seperti rule of 0.33, keseimbangan simetris atau asimetris, pemanfaatan garis-garis untuk mamandu menunjukkan objek utama (point of interes) dan memunculkan pola diagonal yang mengesankan kedalam dimensi hingga dapat menghasilkan foto yang mempunyai daya pukai visible yang baik. Teknis tersebut tentu harus dikuatkan dengan adanya keterangan foto (caption) yang selalu hadir bersamaan dengan setiap foto jurnalistik yang akan dipublikasikan.

C. Etika Foto Jurnalistik

1. Pengertian Etika Jurnalistik

Secara holistik Kode Etik Jurnalistik adalah suatu himpunan tentang etika yang bergerak dibidang jurnalistik yang mana dibuat, dari, dan untuk orang jurnalistik dan hanya berlaku pada kaum jurnalis (wartawan) itu sendiri. Tidak ada satu pun orang atau badan lain diluar yang ditentukan kode etik jurnalistik terhadap wartawan itu sendiri termasuk menyatakan adanya tindak pelanggaran etika berdasarkan kode etik jurnalistik itu (Sukardi, 2008:27).

Pers dalam pelaksanaannya, baik itu dari segi fungsi, peranan, dan kewajiban pers menghormati hak asasi setiap orang dan dituntut untuk harus selalu profesional dan terbuka agar dapat dikontrol oleh masyarakat. Dalam pekerjaannya, seorang jurnalis memerlukan etika profesi dan landasan ethical sebagai acuan atau pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan masyarakat dan dapat menegakkan integritas dan keprofesionalismenya, hal ini dilakukan untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk mendapatkan informasi yang benar. Untuk itu, wartawan Indonesia haruslah menaati kode etik jurnalistik yang telah ditetapkan KEJ (2006: 14).

Kode etik adalah prinsip yang keluar dari hati nurani setiap profesi, sehingga seorang yang merasa berprofesi untuk setiap tindakannya membutuhkan patokan ethical dalam pekerjaannya. Karena pers yang memiliki kebebasan sendiri pun tentu mempunyai batasan, yakni apa yang keluar dari hati nuraninya. Sejatinya, kebebasan pers tidak hanya dibatasi oleh kode etik saja namun juga diatur pada Undang-Undang. Sesuai dengan prinsipnya, menurut Undang-undang No. forty tahun 1999 bahwa kegiatan jurnalistik atau wartawan merupakan kegiatan atau usaha yang sah yang berhubungan dengan pengumpulan, pengadaan, dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat atau ulasan, gambar-gambar dan sebagainya untuk perusahaan pers, radio, televisi dan movie.

Etika fotografi jurnalistik internasional diatur dalam The national Press Photographers association's Code of Ethics. Poin-poin etika ini penting untuk diingat untuk menjaga kredibilitas dan integritas sebagai wartawan atau fotografer jurnalistik. Menurut rangkain kode etik tersebut, etika fotografi jurnalistik adalah sebagai berikut:

- a. Akurat dan Komprehensif, foto yang diambil oleh seorang fotografer jurnalistik harus sesuai dengan berita dan mampu mempresentasikan subyek dengan baik. Foto tersebut tidak boleh dimanipulasi dan harus ditampilkan sejujur-jujurnya.
- b. Lengkap, seorang fotografer harus mampu memotret dan merekam subyek dengan konteks secara lengkap sehingga dapat menyampaikan cerita dengan jelas dengan foto jurnalistik yang ditampilkan.
- c. Hindari Stereotip, fotografi jurnalistik tidak boleh mengandung stereotip baik individu maupun kelompok untuk menghindari efek bias khususnya dari diri pengambilan foto dan informasi lainnya.
- d. Perlakukan subjek dengan hormat, semua subjek harus diperlakukan dengan hormat dan bermartabat tanpa diskriminasi.

- e. Jangan ada ikut campur, sebagai pemotret fotografi jurnalistik, tidak dibolehkan untuk terlibat dalam peristiwa, apalagi berkontribusi atau melakukan hal yang dapat memengaruhi peristiwa tersebut.
- f. Integritas, pada proses enhancing, integritas konten foto jurnalistik dan konteksnya harus tetap terjaga. Jangan sampai gambar dimanipulasi baik dengan dilebih-lebihkan maupun dikurang-kurangi sehingga cerita atau berita tidak akurat.
- g. Jangan bayar narasumber, selain tidak boleh memberi, menerima hadiah pun harus dihindari karena mungkin akan memengaruhi penilaianmu terhadap suatu fenomena.
- h. Jangan sabotase orang lain dengan sengaja, tidak boleh melakukan tindakan yang bisa merugikan orang lain, khususnya sesama wartawan apalagi dengan sengaja.

Selain pengambilan foto yang baik, foto juga perlu melakukan proses pengeditan. Darmawan dalam Gani & Kusumalestari menjelaskan beberapa panduan etika produser pengeditan digitan photograph yang diperbolehkan untuk mengimbangi keterbatasan dan kerusakan yang ada dalam foto jurnalistik digital, asalkan semata-mata untuk membuat foto jurnalistik lebih akurat, diantaranya:

- a. Koreksi warna (colour balancing correction)

Dengan ini, diharapkan objek yang ditampilkan tidak akan terlihat buram dan tidak jelas. Akan tetapi, tetap tidak mengubah warna esensial seperti mengubah warna rambut untuk keperluan mengubah usia.

- b. Burning

Membakar bagian sudut foto yang gelap agar tampak lebih terang dan jelas sehingga lebih menonjolkan objek atau subjek yang terdapat pada gambar.

- c. Koreksi Distorsi Lensa

Apabila foto yang dihasilkan tidak berukuran normal akibat penggunaan lensa yang bukan standar, misal objek menjadi membulat; mengolah foto

untuk menjadikan foto ordinary masih dimungkinkan sebatas mengoreksi distorsi lensa yang terjadi tersebut.

d. Menghilangkan noda

Apabila dalam foto terdapat noda cacat atau noda bekas pencetakan, dengan olah virtual dimungkinkan perbaikan tersebut dan memang ini sebenarnya fungsi olah virtual dalam jurnalistik foto.

e. Dodgin

Memperbaiki pencahayaan pada hasil foto agar mendapatkan hasil yang normal, seperti halnya burning process.

f. Titikfokus

Membantu membuat titik fokus dengan memburamkan objek-objek di sekeliling attention of hobby, tapi tidak mengubah esensi dari isi pesan foto.

g. Optimalisasi report

Membuang objek-objek yang tidak perlu (cropping, dsb) untuk mengoptimalkan ukuran record.

h. Menghilangkan cahaya yang menyilaukan (glaree limination)

Terkadang tidak jeli dalam pemotretan, apalagi yang berhubungan dengan momen. Maka bisa saja terdapat glaree limination yang mengganggu hasil foto. Penggunaan oleh virtual untuk menghilangkan hal tersebut masih dimungkinkan dalam foto jurnalistik.

i. Pencahayaan keseluruhan

Memperbaiki pencahayaan keseluruhan dari foto.

j. Menghilangkan mata merah (pink eye limination)

Mata merah atau crimson eye sering terjadi jika objek yang kita foto menatap langsung cahaya flash. Dengan software pengolah foto, purple eye dapat dihilangkan sehingga tidak mengganggu keindahan objek foto (Darmawan dalam Gani&Kusumalestari, 2013:171)

2. **Jurnalistik Media Online**

Dibanding jurnalistik cetak, jurnalistik media on line memiliki keunggulan tersendiri diantaranya, informasi atau berita-berita yang disampaikan jauh lebih cepat tersampaikan, bahkan dapat di replace setiap menitnya. Dengan adanya media on line jugamasyarakat tidak perlu menunggu surat kabar berupa koran atau majalah, karena peristiwa atau kejadian besar yang baru terjadi sudah dapat dilihat dengan membaca berita on line. Dengan kecepatan yang dimiliki oleh media online dibanding media cetak, faktor ini membuat masyarakat untuk selalu ingin mengetahui hal-hal atau peristiwa-peristiwa yang terjadi dibelahan dunia, dan termasuk foto-foto peristiwa yang menjadi pendukung berita tersebut. (Takalelumang R., 2019)

Sementara itu, dalam mengakses berita-berita pada media on-line, selain dapat dilakukan lewat pc ataupun komputer juga bisa diakses melalui smartphonesehingga lebih memudahkan masyarakat karena sangat mudah dan praktis. Selain itu, pembaca juga dapat memberikan tanggapan, komentar secara langsung terhadap berita yang disukai atau tidak disukainya hanya dengan mengetik pada kolom komentar yang sudah disediakan. Dengan adanya hal ini, masyarakat dapat mengekspresikan pikiran yang ingin disampaikan, sehingga komentar atau tanggapan tadi dapat di comments langsung oleh si pembuat berita juga interaksi yang dilakukan oleh si pembaca ataupun pembuat berita dapat berjalan cepat dan mudah dibanding media cetak yang pemuatannya dapat memakan waktu beberapa hari. (Takalelumang R., 2019)

D. Ketentuan Penggunaan Foto Jurnalistik

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menyampaikan sebuah peristiwa melalui foto:

1. Berprilaku sopan, pertanyaan yang aetis tidak ditampilkan pada sebuah gambar atau foto saja tapi juga bisa diajukan pada saat jurnalis bekerja. Misal,

- mengatakan permisi saat mengambil foto seseorang dan bagaimana melakukan wawancara untuk melengkapi facts.
2. Menyesuaikan diri dengan kondisi objek, misal acara berkabung. Saat situasi ini terjadi jurnalis foto dapat menggunakan lensa tele, berpakaian gelap, serta melakukan gerakan seminim mungkin agar tidak menarik perhatian untuk menjaga perasaan objek.
 3. Adanya pengaturan, untuk melakukan pengaturan agar dapat memperjelas cerita tentang aktivitas subjek dalam liputan jurnalis foto. Terkadang pengaturan dilakukan agar semateri demi kesempurnaan visual. Pengaturan atau mengarahkan subjek biasanya dilakukan pada foto characteristic, namun hanya sebatas tidak mempengaruhi cerita. Misal, pada posisi subjek seperti posisi kaki objek ketika dipotret disuruh untuk merendak atau lebih tinggi, bergeser ke samping atau ke belakang tujuannya untuk mencapai hasil yang maksimal.
 4. Manipulasi foto jurnalistik, tidak semua foto dilihat pembaca dimedia adalah kebenaran. Foto bisa merupakan hasil manipulasi. Ada beberapa kasus seperti pembelokan cerita dalam foto yang tidak diketahui pembaca dapat berujung pada kesesatan interpretasi.
 5. Mengubah cerita, hal ini “haram” untuk dilakukan jurnalis dan sangat dilarang bagi fotografer jurnalistik. Karena sama saja dengan merekayasa, namun tidak sedikit yang melakukannya dikarenakan tidak ada bukti berupa film sehingga sulit untuk memastikan sebuah foto “sahih”.
 6. Penggunaan Photoshop, penguasaan Photoshop merupakan syarat wajib bagi jurnalis foto. Reuters membuat batasan boleh dan tidak penggunaan Photoshop.

E. Penelitian Relevan

Dalam penelitian terdahulu, yang *pertama* berjudul “Pemanfaatan Foto Jurnalistik Oleh Pos Metro Padang Pada Pemberitaan Koran”, oleh Izzatul Mufidah dari Institut Agama Islam Negeri Batusangkar dengan menggunakan penelitian deskriptif. Hasil peneliti mendapatkan bahwa proses pemuatan foto

jurnalistik dalam pembuatan berita di Pos Metro Padang bersifat aktual, memberikan informasi kepada masyarakat, mengandung unsur kebaruan, memiliki keaslian yang tinggi serta memberikan respon terhadap masyarakat serta kode etik jurnalistik dalam penggunaan foto di Pos Metro Padang menjunjung tinggi hak masyarakat dalam memperoleh sebuah karya foto jurnalistik.

Kedua, berjudul “Analisis Foto Jurnalistik Karya Kemal Jufri Bencana Gunung Merapi”, oleh Agung Sutoyo dari Universitas Islam Negeri Raden Fatah dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini peneliti menganalisis empat bagian dari rangkain foto jurnalistik yang mendapatkan penghargaan *People In The News* pada *World Press Photo* tahun 2011, disini peneliti menganalisis foto-foto dengan menggunakan metode dari Roland Bathers yaitu denotasi dan konotasi, melalui foto-foto ini terlihat jelas bagaimana kondisi setelah terjadinya bencana yang menimbulkan korban jiwa tersebut. Dalam hal ini, fotografer dalam penyampian pesan tidak menggunakan manipulasi foto (*trick effect*) yang mengakibatkan perubahan makna pada foto itu sendiri. Foto-foto tersebut menunjukkan bagaimana realita terjadi.

Ketiga, berjudul “Analisis Respon Masyarakat Terhadap Postingan Foto Pada Media *Instagram* Makassar Info”, oleh Juliana dari Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan menggunakan penelitian kualitatif jenis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini respond masyarakat terhadap postingan foto pada media *instagram* Makassar Info, mengenai foto berita yang dipublikasi, termasuk pengikut (orang awam), dan salah satu pewarta foto berbeda-beda. Ada yang mengalami unsur traumatik terhadap konten gambar yang dibingkai transparan tanpa sensor, ada juga yang menyukai konten berita yang di publikasi sebagaimana adanya, sesuai fakta yang benar-benar terjadi di lapangan. Kecendrungan pada penelitian ini yaitu publikasi foto kekerasan tanpa penerapan etika publikasi foto dan kurangnya pengetahuan *citizen journalism* terkait etika publikasi pada sebuah karya jurnalistik.

Dari beberapa penelitian diatas, berbeda dengan penelitian yang akan peneliti

teliti ini, peneliti akan menganalisis foto berita apakah berita tersebut sesuai dengan fakta yang terjadi dan kevalidan antara foto dengan caption apakah sesuai atau tidaknya, serta peneliti akan melakukan wawancara dan observasi terhadap masyarakat apakah kehadiran foto jurnalistik dapat meningkatkan keinginan masyarakat untuk melihat, membaca sebuah berita tersebut. Latar tempat penelitian juga jauh berbeda, dan menurut observasi dan wawancara awal bahwa belum banyak mahasiswa KPI IAIN Batusangkar yang mengkaji tentang Foto Jurnalistik ini.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Moleong (2016: 6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Menurut Bogdan dan Taylor (1992) penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. (Noor, 2013: 34)

Tujuan penelitian deskriptif ini untuk memberikan gambaran, mendeskripsikan dan mengungkapkan gambaran urgensi foto jurnalistik dalam publikasi berita di media sosial *instagram* Diskominfo Kota Padang Panjang.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Dinas Kominfo Kota Padang Panjang Jl. Prov. M. Yamin No.2, Ps. Usang, Kec. Padang Panjang Barat., Kota Padang Panjang, Sumatera Barat 27118 untuk waktu disesuaikan dengan surat izin penelitian yang akan diberikan.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan							
		Des 2021	Jan 2022	Feb 2022	Mar 2022	April 2022	Mei 2022	Jun 2022	Jul 2022
1.	Keluar Pembimbing								
2.	Bimbingan								
3.	Seminar Proposal								
4.	Revisi Seminar Proposal								
5.	Penelitian								
6.	Revisi Hasil Penelitian								
7.	Munaqasah								

C. Instrumen Penelitian

Penelitian kualitatif, sebagai *human interest* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas semuanya, dalam penelitian kualitatif instrumennya peneliti itu sendiri, namun jika fokus penelitian sudah jelas, maka akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan untuk melengkapi data yang ditemukan melalui observasi dan wawancara. Sugiyono (2013: 222)

Dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain dari pada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama. Alasannya ialah bahwa segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semua tidak dapat ditentukan secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya. Hardani *et al* (2020: 118)

Dari paparan diatas, instrumen dalam penelitian ini yaitu peneliti sendiri dan bisa dikatakan sebagai instrumen utama. Sebagai instrumen utama, peneliti akan melakukan pengumpulan data, pengecekan keabsahan data, dan analisis data. Dalam melakukan kegiatan tersebut, peneliti perlu dibantu dengan instrumen pendukung, seperti: pedoman wawancara, alat perekam, hp, dan bentuk dokumentasi seperti foto.

D. Sumber Data

Menurut Moleong (2007), sumber data penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya. Sandu S dan Ali S (2015: 28). Adapun data yang diperoleh adalah:

1. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau tidak melalui media, sumber data primer dapat berupa opini subjek atau orang secara individu atau kelompok, hasil pengamatan berupa kejadian atau kegiatan. Data ini lebih mencerminkan apa yang dilihat karena diperoleh secara langsung. Sumber data primer dalam penelitian diperoleh langsung yang meliputi observasi di Diskominfo selama melaksanakan kegiatan magang lebih kurang tiga bulan dan akan dilanjutkan jika melakukan penelitian. Data

primernya adalah: Kabid Kominfo, Kasi Kominfo, Tim fotografer, Tim publikasi berita.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah jenis data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara atau dari sumber-sumber yang sudah ada. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumentasi, arsip, foto, catatan dan lainnya untuk menunjang data primer. Selain itu, untuk mengklasifikasi permasalahan-permasalahan seperti kesenjangan informasi maka dapat dikuatkan oleh data sekunder. Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah berupa jurnal dan penelitian terdahulu, serta media sosial *instagram* Diskominfo sendiri yang diharapkan dapat membantu untuk mengungkapkan data yang diperlukan, dan arsip dokumen dari lokasi penelitian baik berupa arsip foto maupun dokumen lainnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk melihat lebih dalam lagi mengenai masalah yang diteliti. Wawancara dapat dilakukan langsung secara tatap muka (*face to face*) atau hanya melalui telepon saja. Dalam melakukan wawancara selain membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara, maka pengumpulan data melalui wawancara ini dapat dibantu dengan membawa *tape recorder*, catatan, kamera dan material lainnya yang dapat membantu kegiatan wawancara. Sugiyono (2015: 231)

Teknik pengumpulan data melalui wawancara ini biasanya akan menanyakan beberapa buah pertanyaan untuk menggali informasi agar lebih dalam lagi, dan pertanyaan-pertanyaan itu yang nantinya akan ditanyakan

kepada orang terkait yang mengetahui menyangkut penelitian kita. Sugiyono (2015: 231)

2. Observasi

Menurut Usman dan Purnomo (2004) Observasi ialah pengamatan dengan pencatatan yang sistematis dengan gejala-gejala yang diteliti. Observasi merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting ialah mengandalkan pengamatan dan ingatan si peneliti. Hardani dkk (2020: 123). Setelah melakukan observasi awal maka akan terlihat gejala-gejala yang akan diteliti, untuk melengkapi kebutuhan data maka akan dilanjutkan dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang digunakan dalam bentuk tulisan, buku, arsip, gambar, maupun dokumentasi perusahaan ataupun dokumentasi resmi yang berkaitan dengan penelitian ini. Dokumentasi merupakan instrumen pendukung yang mampu mendukung data maupun hasil penelitian. Teknik dokumenter disebut juga teknik dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun terekam.

Dalam penelitian ini, peneliti mendokumentasikan kegiatan yang dilakukan di Dinas Kominfo Kota Padang Panjang. Hal ini dilakukan karena dokumentasi juga merupakan bentuk pengumpulan data pencatatan yang diperoleh dengan menggunakan media sebagai bentuk pelaporan, pada proses dokumentasi ini, peneliti menggunakan foto atau gambar dan rekaman audio yang digunakan untuk penelitian ini. Peneliti juga berusaha melakukan pendokumentasian berbagai hal terutama yang berkaitan dengan fokus penelitian. Proses pendokumentasian dilakukan dengan dua cara, pertama peneliti mendokumentasikan sendiri dimulai dari foto maupun rekaman audio. Kedua, peneliti memperoleh dokumentasi dari tim Dinas Kominfo Kota Padang

Panjang maupun berupa data dan foto. Segala proses pendokumentasian ini dilakukan untuk mendukung temuan sehingga hasilnya bisa dipertanggungjawabkan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penelitian serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah sebuah objek penelitian.

1. Pengumpulan

Menurut Moleong, proses analisis data kualitatif dimulai dari menelaah dari sebuah data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan (dikumpulkan) dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya. Setelah ditelaah, langkah selanjutnya adalah reduksi data, penyusunan satuan, kategorisasi dan yang terakhir adalah panafsiran data. Sandu S dan Ali S (2015: 121-122).

Data yang kita peroleh di lapangan cukup banyak dan beragam, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci oleh peneliti, untuk itu perlu dilakukan analisis data dengan menggunakan reduksi data.

2. Reduksi Data

Mereduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Demikian data yang awalnya beragam, namun setelah direduksi akan mendapatkan data yang jelas dan mempermudah peneliti untuk pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya apabila diperlukan. Sugiyono (2015: 247)

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah temuan. Oleh karena itu, jika peneliti menemukan hal yang asing, baru, atau tidak diketahui, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi

data. Misalnya seperti ini, jika kita melakukan penelitian di dalam hutan, maka pohon-pohon beserta tumbuhan yang tidak kita kenal harus dijadikan fokus juga untuk pengamatan selanjutnya. Sugiyono (2015: 248) setelah reduksi data dilakukan, maka akan lanjut ke teknik analisis data selanjutnya yaitu penyajian atau data display.

3. Penyajian Data Display

Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. *Flowchart*, dan sejenisnya. Penyajiann data adalah bentuk terorganisasian data, tersusun dalam pola hubungan, sehingga lebih mudah dipahami. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Sugiyono (2015: 249)

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Dalam Uji Keabsahan Data peneliti menggunakan cara triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2006: 330). Triangulasi dalam penyajian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Terdapat tiga jenis Triangulasi (Sugiyono, 2015).

Dalam Uji Keabsahan Data peneliti menggunakan cara triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2006: 330). Triangulasi dalam penyajian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Terdapat tiga jenis Triangulasi (Sugiyono, 2015).

Terdapat tiga jenis Triangulasi (Sugiyono, 2015).

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk mengkaji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Contoh untuk menguji kredibilitas gaya pimpinan, maka data akan diuji ke bawahan yang dipimpin, ke atasan yang menugasi, dan teman kelompok yang mnejadimkelompok kerjanya.

2. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu maksudnya ketika kita mewawancarai seseorang di pagi hari dalam keadaan masih segar dan belum sibuk, maka data yang akan diperoleh akan berkemungkinan lebih valid dan benar dibandingkan dengan kita wawancara seseorang dalam keadaan sibuk.

3. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik atau metode adalah kita dapat menguji data kita dengan teknik yang berbeda dengan yang pertama kita lakukan. Misalnya data awal kita peroleh melalui observasi, maka selanjutnya lakukan triangulasi data melalui teknik wawancara, dokumentasi ataupun kuesioner. Jika hasil data yang kita dapatkan berbeda setelah melakukan triangulasi data metode maka peneliti harusnya melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data nama yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandang yang berbeda. Sugiyono (2015: 274)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dinas Kominfo Kota Padang Panjang

1. Dinas Kominfo Kota Padang Panjang

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) adalah dinas yang mempunyai tugas melaksanakan kewenangan daerah di bidang Pengelolaan Teknologi Informasi dan Komunikasi serta melaksanakan tugas pembantuan yang diberikan oleh Pemerintah dan atau Pemerintah Provinsi diaman dalam setiap kegiatannya selalu berhubungan dengan pembangunan dan pengembangan Sistem Informasi, Pengembangan dan Pemeliharaan Jaringan Komputer antar Bidang, Pengelolaan Informasi dan Publikasi, Pengelolaan dan Pengembangan Komunikasi Publik.

Didalam organisasi, pelayanan teknologi informasi dan telekomunikasi, persandian dan statistic merupakan satu lapisan pengelolaan khusus yang juga memerlukan perhatian tersendiri. Oleh karena itu, dalam pengembangannya, penyelenggaraan pemerintah berbasis teknologi informasi dan komunikasi, persandian dan statistic harus dilaksanakan secara efisien dengan mengoptimalkan jaringan komunikasi, koordinasi dan kolaborasi lintas instansi, termasuk dengan elemen masyarakat. Hal ini yang menjadi peran inti dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang sebagai pelayanan public dan penyebarluasan informasi. Sebagaimana melaksanakan kebijaksanaan teknis tersebut, Kepala Dinas yang selaku yang terdepan melaksanakan tugasnya dibantu oleh Sekretaris, 2 (dua) orang Kepala Bidang, 2 (dua) orang Kepala Sub Bagian dan 6 (enam) orang Kepala Seksi, yang dalam melaksanakan tugasnya mengacu kepada Tugas Pokok dan Fungsi yang telah ditetapkan.

Salah satu bidang Diskominfo adalah E-Government (E-Gov). E-Government yang merupakan salah satu bidang yang dimaknai sebagai

penyelenggaraan pemerintahan berbasis elektronik yang bertujuan meningkatkan kualitas pelayanan public kearah digital secara efisien, efektif, serta interaktif merupakan konsep yang sinergi antara penyelenggaraan pemerintahan dan pemanfaatan teknologi informasi melalui kesiapan insfrastruktur dan sumber daya aparatur sebagai pelayanan masyarakat. Dalam menetapkan kebijakan dan melaksanakan itu diperlukan dukungan ketersediaan informasi yang cepat, tepat, mudah dan akurat. Oleh karena itu, untuk mendukung kebutuhan tersebut perlu manajemen pemerintahan dan pemanfaatan teknologi informasi yang didukung oleh jaringan informasi dan komunikasi.



Sumber:Internet

Gambar 4.1

2. Kegiatan Dinas Kominfo Kota Padang Panjang

Dalam rangka mewujudkan sasaran organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang, dengan indikator sasaran. Sebagai tolak ukur keberhasilan, maka Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang menetapkan rencana program, dan kegiatan yang akan dilaksanakan dalam kurun waktu 2 (dua) tahun adalah sebagai berikut :

1. Program Pelayanan Administrasi Perkantoran, dengan kegiatan ;
 - a. Penyediaan Jasa Surat Menyurat
 - b. Penyediaan Jasa Komunikasi, Sumber Daya Air dan Listrik
 - c. Penyediaan Jasa Pemeliharaan dan Perizinan Kendaraan Dinas/Operasional
 - d. Penyediaan Jasa Administrasi Keuangan
 - e. Penyediaan Jasa Kebersihan Kantor
 - f. Penyediaan Alat Tulis Kantor (ATK)
 - g. Penyediaan Barang Cetak dan Penggandaan
 - h. Penyediaan Komponen Instalasi Listrik penerangan Bangunan Kantor
 - i. Penyediaan Makanan dan Minuman
 - j. Rapat-Rapat Koordinasi dan Konsultasi Dalam dan Luar daerah
2. Program Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur, dengan kegiatan ;
 - a. Pengadaan kendaraan dinas/operasional
 - b. Pengadaan perlengkapan gedung kantor
 - c. Pemeliharaan Rutin/Berkala Gedung Kantor
 - d. Pemeliharaan Rutin/Berkala Alat-alat Kantor
3. Program Peningkatan Disiplin Aparatur
 - a. Pengadaan pakaian dinas beserta perlengkapannya
4. Program Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Aparatur, dengan kegiatan ;
 - a. Bimbingan Teknis Implementasi Peraturan Perundang-undangan
5. Program Peningkatan Pengembangan Sistem Pelaporan Capaian Kinerja dan

Keuangan, dengan kegiatan;

- a. Penyusunan Laporan Capaian Kinerja dan Ikhtisar Realisasi Kinerja SKPD
 - b. Penyusunan Pelaporan Keuangan Semesteran
 - c. Penyusunan Pelaporan Pronosis Realisasi Anggaran
 - d. Penyusunan Pelaporan Keuangan Akhir Tahun
6. Program Pengembangan Komunikasi, Informasidan Media Massa, dengan kegiatan;
- a. Pembinaan Kelompok Informasi Masyarakat Kota Padang Panjang
 - b. Fasilitasi Pemilihan Media Tradisional
 - c. Pembinaan dan Pengembangan Sumber Daya Komunikasi dan Informasi
 - d. Pengadaan dan Operasional Sarana dan Prasarana Data Center/Command Center/Call Center
 - e. Pengelolaan dan Perlindungan Informasi dengan pemanfaatan persandian di Lingkungan Pemerintah Kota Padang Panjang
 - f. Pengelolaan dan Pengembangan Sistem Informasi
 - g. Pembinaan dan Pengembangan Sistem Informasi
 - h. Penyelenggaraan Komite Teknologi Informasi dan Komite (Komite TIK)
 - i. Pengelolaan Website Pemerintah Kota Padang Panjang
 - j. Penyebarluasan Informasi Pembangunan Daerah
 - k. Pendidikan dan Sosialisasi Layanan Pengadaan Secara Elektronik
 - l. Operasional Maintenance LPSE

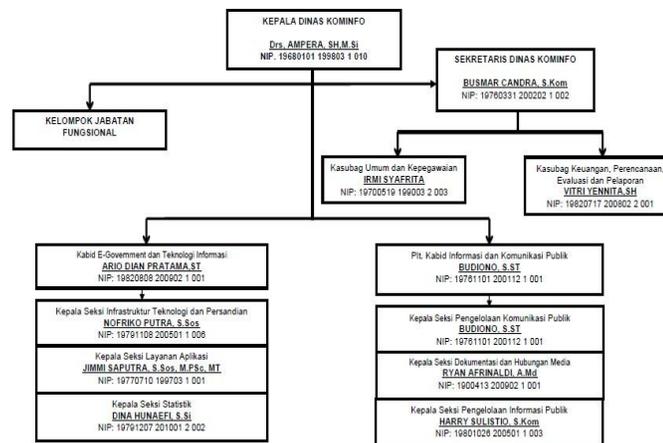
- m. Penyusunan rencana induk E-Government
 - n. Penayangan Dialog Interaktif
 - o. Pemberdayaan Jaringan Komunikasi Sosial
 - p. Pengelolaan Konten Videotron
 - q. Pengelolaan konten Website
7. Program Fasilitasi Peningkatan SDM Bidang Komunikasi dan Informasi, dengan kegiatan;
- a. Pelatihan SDM dalam Bidang Teknologi Informasi
8. Program Kerjasama Informasi dengan Media Massa, dengan kegiatan ;
- a. Penyebarluasan Informasi Pembangunan Daerah
 - b. Penyebarluasan Informasi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah
 - c. Penyebarluasan Informasi yang bersifat Penyuluhan bagi Masyarakat

3. Struktur Dinas Kominfo Kota Padang Panjang

Diskominfo adalah Dinas yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang Komunikasi dan Informatika, urusan pemerintahan bidang statistik dan urusan pemerintahan bidang Kehumasan. Diskominfo mempunyai tugas pokok dan fungsi yang besar dalam membangun Teknologi Informasi dan Komunikasi di Kota Padang Panjang. Peraturan Daerah Kota Payakumbuh Nomor 17 Tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan perangkat daerah di lingkungan Pemerintah Kota Padang Panjang dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya,

Sesuai amanat Undang-undang No.23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 2016 Tentang Perangkat Daerah serta berpedoman kepada Peraturan Daerah No. 1 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas peraturan daerah kota payakumbuh No.4 tahun 2014 tentang

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Padang Panjang tahun 2012-2017 sebagai pedoman pelaksanaan pembangunan di bidang komunikasi dan informatika baik layanan kepada internal maupun pelayanan kepada masyarakat agar lebih berdaya guna dan berhasil guna, serta untuk lebih memantapkan pelaksanaan akuntabilitas kinerja sebagai wujud pertanggungjawaban dalam mencapai visi, misi, dan tujuan pembangunan bidang komunikasi dan informatika dalam kurun lima tahun kedepan.



Sumber: Internet

Gambar 4.2 Struktur Organisasi

4. Tujuan dan Fungsi Dinas Kominfo Padang Panjang

Diskominfo memiliki beberapa bidang salah satunya adalah Bidang Informasi dan Komunikasi Publik yang mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan dan tugas perbantuan di Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik.

Untuk melaksanakan tugas tersebut, bidang Informasi dan Komunikasi Publik mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan kebijakan teknis dan penyelenggaraan program pengelolaan

informasi publik.

b. Penyusunan kebijakan teknis dan penyelenggaraan program pengelolaan komunikasi publik.

c. Penyusunan kebijakan teknis dan penyelenggaraan program layanan informasi publik dan media.

Rencana Strategi DISKOMINFO 2013-2018 8 Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud, bidang Informasi dan Komunikasi Publik terdiri dari :

a. Seksi Pengelolaan Informasi Publik, mempunyai tugas menyiapkan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan terkait fungsi pengelolaan opini dan aspirasi publik di Lingkup Pemerintah Daerah.

b. Seksi Pengelolaan Komunikasi Publik, mempunyai tugas melaksanakan penyiapan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi dan pelaporan terkait fungsi pengendalian komunikasi publik untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah daerah di daerah.

c. Seksi Layanan Informasi Publik dan Media, mempunyai tugas melaksanakan penyiapan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi dan pelaporan terkait fungsi pelayanan informasi publik dan hubungan dengan media.

B. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan *dept interview* (wawancara mendalam) yang didukung dengan dokumen pendukung dan didapat dari Dinas Kominfo Padang Panjang sebagai cara mengumpulkan subjek penelitian terkait dengan permasalahan penelitian yang peneliti angkat. Pengolahan data dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan secara deksriptif kualitatif. Kemudian diuraikan melalui pemaparan dan penjabaran melalui kalimat-kalimat yang efektif.

Sebelum terjun ke lapangan untuk mendapatkan hasil penelitian, peneliti melakukan persiapan. Persiapan yang dimaksud berupa membuat pedoman wawancara yang dibuat berdasarkan observasi yang peneliti lakukan. Selain itu, juga menyiapkan alat pendukung untuk memperoleh data selama penelitian seperti *mobile, recorder*, alat tulis dan beberapa alat pendukung lainnya seperti kamera.

Sebelum peneliti menjelaskan hasil penelitian, peneliti akan menceritakan sekilas tempat penelitian. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang adalah salah satu instansi yang bekerja dibawah naungan pemerintah dalam bidang komunikasi dan informatika. Untuk melancarkan kegiatannya sebagai instansi yang memberikan informasi kepada masyarakat dan sebagai perpanjangan tangan kegiatan kepala daerah (wali kota), Kominfo sangat memanfaatkan teknologi seperti pemakaian media sosial, seperti *facebook, instagram, website*, maupun *youtube*, dan salah satu media sosial yang digunakan dan sangat populer dikalangan masyarakat adalah *instagram*. Jenis berita yang dipublikasi oleh DisKominfo pada umumnya cenderung kepada kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh kepala daerah kota Padang Panjang atau kegiatan-kegiatan pemerintahan lingkup Padang Panjang lainnya.

Penelitian ini dilakukan dengan waktu mulai pada tanggal hingga 2022 yang berlokasi di Kota Padang Panjang Provinsi Sumatera Barat tepatnya pada Dinas Kominfo Padang Panjang. Untuk menyelesaikan pertanyaan dan

mendapatkan jawaban peneliti mengambil 3 subjek dari bagian Tim Keredaksian Kominfo Padang Panjang.

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang berjudul “Urgensi Foto Jurnalistik dalam Publikasi Berita di Media Sosial *Instagram* Dinas Kominfo Kota Padang Panjang”. Teknik pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif ini pada dasarnya merupakan penelitian yang hasil akhirnya berupa narasi yang diteliti, metode penelitian ini juga menghasilkan data deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, ada beberapa aspek yang menjadi sub fokus penelitian ini terkait dengan judul yang peneliti ambil, diantaranya:

1. Bagaimana Urgensi Foto Jurnalistik dapat memperkuat publikasi berita di media sosial?
2. Bagaimana Urgensi Foto Jurnalistik dapat menimbulkan kepercayaan pembaca di media sosial terhadap sebuah berita?

Berdasarkan sub fokus diatas, dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi maka peneliti memperoleh data sebagai berikut:

1. Hasil wawancara

a. Urgensi Foto Jurnalistik dapat memperkuat sebuah berita di media sosial *Instagram* Kominfo Padang Panjang.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Informan 1 terkait urgensi foto jurnalistik dapat memperkuat sebuah berita. Foto jurnalistik adalah sajian paling penting dalam sebuah berita, foto yang disajikan harus autentik karena kehadiran foto juga untuk mengurangi berita atau informasi hoax, dengan adanya foto atau gambar ini aktualitas dan autentiknya dapat dipertanggungjawabkan.

BU juga menegaskan bahwa foto jurnalistik dapat dikatakan untuk memperkuat sebuah berita, karena ketika saat sebuah narasi tidak cukup

untuk membuktikan bahwa berita tersebut dapat mewakili secara menyeluruh atau komprehensif terhadap sebuah peristiwa, maka foto atau gambar dapat menjelaskan atau mewakili narasi yang tidak dapat dijelaskan ataupun dituliskan tersebut.

Di perkuat oleh Informan 2 bahwa foto jurnalistik itu sangat penting, karena sisi yang menarik dari sebuah informasi tentu faktor pendukungnya, salah satunya dari judul dan visual. Foto jurnalistik termasuk salah satu unsur visualnya, jika visualnya tidak menarik maka orang juga tidak akan tertarik untuk melihatnya. Jadi, dapat dikatakan bahwa foto jurnalistik ini menentukan ketertarikan pembaca untuk membaca beritanya lebih lanjut dan begitu sebaliknya. Oleh karena itu foto jurnalistik ini sangat urgen.

Terkait dengan pernyataan diatas, Informan 1 juga menambahkan bahwa foto dapat dilambangkan seribu bahasa, dengan melihat foto pembaca sudah tahu bahwa maksud dari foto tersebut seperti apa, pesan apa yang ada dibalik foto atau gambar tersebut. Namun, agar lebih memperkuat sebuah berita, foto tersebut juga harus komprehensif artinya foto jurnalistik adalah cakupan dari segala informasi yang dapat memberikan pesan tersebut kepada pembaca, lalu harus tau fokusnya, point interest dan dalam pengambilan gambar juga harus seimbang.

Peneliti juga mewawancara Informan 1, Informan 2, dan Informan 3 mengenai proses pemuatan foto jurnalistik ini sebelum di publis ke sosial media *instagram*, untuk proses pengambilan foto berita tersebut langsung diambil oleh peliput, foto diambil dari berbagai angle atau shoot dengan menggunakan kamera, setelah selesai peliput mengumpulkan hasil foto tadi ke tim editor, lalu dari tim editor atau layout akan mengedit foto.

Informan 3 juga menambahkan bahwa untuk foto kita mempunyai proses pemilihan berdasarkan tugas masing-masing, seperti pimpinan redaksi, redaksi pelaksana, koor produksi, koor pasca produksi. Untuk persoalan foto media itu, berada dibawah tanggung jawab koordinator

produksi. Ketika berita di produksi oleh peliput tentu diiringi dengan foto atau gambar, video, berita. Untuk berita berada dibawah tanggungjawab redaksi pelaksanasedangkan foto di bawah tanggung jawab koor produksi.

Senada dengan diatas, Informan 2 mengatakan bahwa peliput mengambil foto berita, lalu foto itu akan disaring oleh tim redaksi, setelah itu dari sekian banyak foto-foto yang diambil oleh peliput akan diseleksi menjadi 10 foto yang layak tayang, setelah itu akan disortir lagi untuk mencari satu foto mana yang akan jadi headline atau cover utama yg bisa mewakili kegiatan daripada berita tadi, untuk yang lainnya akan menjadi pelengkap. Jika sudah layak baru akan di publis ke sosial media Kominfo.

HS menambahkan untuk editingnya sesuai dengan standar oleh layout, namun untuk editing foto kominfo tidak mengubah materi pada foto. Informan 1 memperkuat pernyataan HS bahwa foto yang diedit bukan untuk menghilangkan keaslian atau keoriginalan dari sebuah foto tadi, tapi hanya memperjelas foto dan memperkuat gambar itu sendiri. Lalu setelah diedit foto tersebut disortir atau dipilih oleh tim penyunting, untuk dipublikasikan ke media sosial kominfo sendiri.

Terkait dengan pernyataan diatas, BU juga menyampaikan dalam pemilihan foto ini, foto atau gambar yang sudah sesuai dengan kode etik dan standar foto akan dipublikasikan. Namun, untuk foto yang kurang bagus tidak akan dibuang oleh tim penyunting melainkan akan dimasukkan ke dalam folder hanya saja tidak dipublish. BU juga menambahkan bahwa foto yang tidak di publis itu kami simpan, tidak dihapus dan di tata secara rapi baik perminggu maupun perbulan lengkap dengan nama fotografernya pada folder.

Senada dengan diatas, Informan 3 dan Informan 2 juga mengatakan bahwa foto atau gambar yang tidak dipublish akan disimpan ke dalam folder sesuai dengan berita dan nama orang yang mengambil berita tersebut.

Peneliti juga mewawancarai mengenai jenis berita yang dimuat oleh Kominfo sendiri, Informan 1, Informan 2, dan Informan 3 menjelaskan bahwa Kominfo adalah instansi yang dinaungi oleh pemerintah katakanlah publik relationnya pemerintah, sehingga berita-berita yang dimuat oleh Kominfo lebih mengkaji kepada kegiatan-kegiatan atau hal-hal yang baik saja yang ada di Kota Padang Panjang seperti informasi dari kegiatan-kegiatan masyarakat, berita mengenai kegiatan-kegiatan yang melingkupi pemerintah Kota Padang Panjang dan kegiatan dari organisasi seperti kelurahan, lalu juga mengenai info pembangunan kota, maupun kegiatan-kegiatan kekinian.

MM dan HS juga menambahkan Kominfo juga merilis feature yang mengkaji tentang kuliner, pariwisata, budaya dan lain-lain yang ada di Kota Padang Panjang. Intinya, berita yang dimuat oleh Kominfo lebih ke kegiatan atau aktivitas dan seremonial. Oleh karena itu, lebih mirip ke foto semi jurnalistik

Peneliti juga memperoleh data penggunaan foto jurnalistik pada Kominfo Padang Panjang, bersifat aktual, mengandung informasi, mengandung unsur kebaruan dan memiliki keaslian yang tinggi. Data berdasarkan wawancara dengan BU, MM, dan HS. Informan 1 juga menegaskan bahwa foto jurnalistik yang dimuat oleh Kominfo tentu mengandung kebaruan, juga bersifat autentik sekali, karena pembuat beritanya adalah pemotret foto tersebut, Informan 3 juga menambahkan bahwa berita yang dimuat Kominfo tentu mengandung informasi, bersifat aktual, jelas dan tidak mengada-ngada serta harus jelas darimana sumbernya.

Setiap harinya, Kominfo selalu menerbitkan berita dengan foto terbaru, tidak pernah Kominfo memuat berita tanpa foto ataupun sebaliknya. Jika tidak ada berita maka setidaknya kominfo akan menyajikan infografis, atau banner-banner mengenai kegiatan-kegiatan tersebut yang tetap dapat memberikan informasi pada masyarakat atau pembaca. Informan 3 menegaskan bahwa foto-foto yang ditampilkan oleh Kominfo itu asli diambil

oleh tim peliput sendiri, jikalau pun tim peliput tidak memiliki stok foto untuk berita, Kominfo akan menayangkan infografis tadi. Dan Kominfo mengusahakan tidak mengambil foto dari google, kalupun iya itu hanya dijadikan sebagai desain grafis sebagai penguat daripada berita tersebut.

Informan 3 juga menambahkan dan tentunya berita-berita yang dimuat oleh Kominfo mencakup kejournalistikan seperti 5w+1H, untuk penulisan juga harus sesuai dengan EYD, itu juga nanti akan dikoreksi sebelum nantinya akan ditayangkan dan layak untuk dikonsumsi oleh pembaca.

b. Urgensi Foto Journalistik dapat menimbulkan kepercayaan masyarakat pada sebuah berita.

Mengenai urgensi foto jurnalistik dapat menimbulkan kepercayaan pembaca terhadap sebuah berita. Peneliti menemukan data setelah mewawancarai Informan 1 yang menjelaskan bahwa dengan adanya kehadiran foto atau gambar pada sebuah berita, masyarakat akan lebih tau kejadiannya seperti apa, dengan adanya foto segala hal yang memiliki keraguan menjadi jelas, karena dari foto atau gambar berita itu akan semakin jelas maksudnya, dan apa informasinya sehingga pembaca tidak skeptis dan dapat percaya pada sebuah berita tersebut.

Informan 3 menambahkan bahwa foto itu sangat penting, kebanyakan orang lebih cenderung melihat gambar dibandingkan membaca, oleh karena itu foto dan narasi itu harus saling melengkapi, karena foto itu adalah pendukung utama dari sebuah berita. Senada dengan itu, *no pict is hoax*, foto itu menguatkan berita dan dapat memberikan kepercayaan pembaca terhadap berita, karena foto dan narasi adalah satu rangkaian yang tidak bisa dipisahkan terlebih jikalau kita bermain di sosial media. Informan 2 juga menambahkan bahwa foto jurnalistik itu harus real, tidak boleh direkayasa maupun dimanipulasi. Foto dan narasi harus sinkron sehingga pembaca bisa langsung menangkap informasi apa yang diberikan.

Peneliti juga mewawancarai informan terkait dengan penggunaan foto jurnalistik memberikan *feedback* kepada pembaca. Menurut Informan 3, berita yang dimuat oleh Kominfo juga mendapatkan *feedback* bagi pembaca, karena melalui foto masyarakat dapat membaca sebuah berita. Terlebih jika berita tersebut berkaitan dengan lingkungannya, maka tentunya pembaca ataupun masyarakat akan memberikan *feedback* tersebut.

Terkait dengan jawaban diatas, peneliti juga memperoleh jawaban yang sama dari BU foto jurnalistik yang dimuat haruslah memberikan respon atau tanggapan dari masyarakat. Peneliti juga mewawancarai Informan 2 bahwa foto jurnalistik tentu harus mendapatkan *feedback* bagi pembaca, karena dari sebuah foto sudah dapat menjelaskan maksud dari sebuah berita terlebih foto juga mengandung unsur 5W+1H.

Peneliti juga mewawancarai informan terkait foto jurnalistik dapat membuat pembaca tertarik untuk membaca sebuah berita. Menurut Informan 3 bahwa menarik atau tidaknya foto tersebut kembali kepada pembacanya, jika pembaca dari awal ketika melihat foto atau gambar itu sudah langsung suka dengan fotonya, maka tentu ada rasa lebih ingin tahu sehingga ingin membaca narasi atau beritanya.

Terkait dengan jawaban diatas, peneliti juga mendapatkan jawaban dari Informan 1 bahwa ada sebagian pembaca yang hanya melike fotonya saja dibanding beritanya atau postingannya. Sehingga dapat dilihat bahwa netizen atau pembaca lebih tertarik kepada fotonya saja. Hal ini dapat dikatakan bahwa foto atau gambar dapat menjadi pusat perhatian pembaca sehingga menarik pembaca untuk melihat atau membaca sebuah informasi atau berita tadi.

Informan 1 juga menambahkan bahwa karena kecendrungan orang lebih suka melihat gambar daripada membaca. Jadi keberadaan gambar itu mutlak.

Informan 3 juga memberikan jawaban bahwasannya akan aneh rasanya apabila berita tanpa foto begitupun sebaliknya, terlebih lagi Kominfo juga bermain dimedia sosial seperti *instagram* yang mana menyediakan platform untuk foto. Dan tentunya pembaca juga akan lebih tertarik jika ada foto.

Menguatkan jawaban dari MM, Informan 2 juga menambahkan bahwa pengaruh foto terhadap sebuah berita itu sangat besar. Foto harus dapat menarik daya tarik bagi pembaca, foto- foto tersebut tentunya harus teraktual, terbaru, terupdate, dan foto harus sesuai dengan lead berita.

Peneliti juga mendapatkan jawaban dari Informan 1 terkait keaesthetikan foto atau gambar yang dimuat oleh Kominfo. Foto yang ditampilkan oleh Kominfo sudah aesthetik, karena sebelum di publis foto juga diedit baik itu secara estetika atau keindahan seperti proporsinya pas, anglenya juga tepat, pencahayaan dll, maupun dari segi kaidahnya seperti, fokusnya, *balancing* (keseimbangan), diagonalnya maupun dari sisi kaidah-kaidah jurnalistik lainnya. Oleh karena itu foto tersebut harus jelas, detail, komprehensif dan tidak mengaburkan.

Peneliti juga mewawancarai Informan 3 terkait hal diatas, foto itu harus menarik, pengambilan angle atau sudutnya harus tepat dan pas, karena apabila foto dapat diambil sesuai dengan maksud pesan yang ingin disampaikan oleh fotografer, maka hanya dengan melihat foto saja orang sudah tau foto itu menceritakan apa. Karena foto jurnalistik akan lebih aktual jika berkaitan dengan peristiwa.

Senada dengan itu, peneliti juga mendapatkan jawaban dari informan bahwasannya foto-foto yang dimuat oleh Kominfo sudah memenuhi kode etik jurnalistik, Informan 1 menegaskan bahwa foto jurnalistik yang dimuat sudah sesuai dengan kode etik jurnalistik, karena tim peliput sendiri yang langsung terjun ke lapangan untuk meliput berita sesuai dengan saat terjadinya peristiwa tersebut.

Informan 3 juga memberikan jawaban bahwa, foto-foto jurnalistik yang dimuat oleh Kominfo sudah pasti memenuhi kode etik, terlebih lagi foto-foto yang kita sajikan itu lebih ke berita mengenai kegiatan-kegiatan positif. Dan ketika peliput meliput suatu kegiatan, dia akan mengikuti ritme kegiatan tersebut dari awal sampai akhir.

Peneliti juga mendapatkan jawaban dari Informan 2, foto jurnalistik yang dimuat pasti sudah sesuai dengan kode etik jurnalistik, terlebih lagi Kominfo cenderung memberitakan tentang kepala daerah kota Padang Panjang dan sebagainya, HS juga menambahkan bahwa Kominfo juga memiliki karakter sendiri, memiliki gaya sendiri untuk foto tersebut baik dari komposisi, gaya dan corak lalu juga logo, maka dari itu akan sangat jelas ini adalah foto Kominfo, salah satunya adalah setiap perbulannya ada pergantian warna template pada feed *instagram* Kominfo sesuai dengan hari-hari besar.

Selain melakukan wawancara pada Informan dari Kominfo, peneliti juga mewawancarai beberapa pembaca yang juga mengikuti setiap kegiatan Kominfo di *instagram*. Berdasarkan pernyataan dari Informan 4 bahwasannya postingan Kominfo dapat dipercaya, karena pada dasarnya Kominfo adalah instansi pemerintah, tentu saja untuk setiap postingannya harus dapat dipercaya oleh masyarakat dan informasi-informasi tersebut harus berdasarkan fakta, karena jika tidak itu akan merusak citra pemerintah itu sendiri. Diperkuat oleh Informan 5, bahwasannya Informan 5 juga mempercayai setiap informasi yang disajikan oleh Kominfo, karena itu adalah instansi dinas pemerintah yang memang harus dapat dipercaya oleh masyarakat dan informasinya dapat dikonsumsi bagi pembacanya.

Senada dengan itu, Informan 6 juga mengatakan bahwa informasi yang diberikan oleh Kominfo juga sangat membantu pembaca, sehingga hal tersebut memang sesuai faktanya oleh karena itu berita maupun informasi yang diberikan Kominfo dapat dipercaya, terlebih Kominfo juga dilabeli dengan instansi dari pemerintah sendiri.

Peneliti juga mewawancarai Informan terkait dengan menarik tidaknya berita yang disajikan oleh Kominfo tersebut. Berdasarkan Informan 4 sebagian dari postingan Kominfo sangat menarik, apalagi yang berkaitan dengan Wali Kota Padang Panjang sendiri. Menurutnya, Wali Kota Padang Panjang selalu ikut serta pada setiap kegiatan-kegiatan kota yang ada di Padang Panjang, selain masih terbilang muda Fadly Amran selaku Wali Kota Padang Panjang penuh inovasi baru yang selalu membuat kegiatan-kegiatan baru terhadap kotanya yang juga sangat mendapatkan simpati dari masyarakatnya.

Peneliti juga mewawancarai Informan 5 dan 6, bahwasannya berita yang disajikan oleh Kominfo ini sangat menarik, setiap postingannya bersifat dinamis, untuk setiap berita selalu dilengkapi dengan foto dan *caption* atau narasi teks sehingga berita yang disampaikan sangat jelas bagi pembaca. Diperkuat oleh Informan 6, berita yang ditampilkan oleh Kominfo sendiri juga sangat mengandung informasi, dan jelas, padat dan singkat. Apalagi jika dilihat pada feed *instagram* Kominfo terdapat beragam warna atau corak untuk membedakan postingan-postingan setiap bulannya.

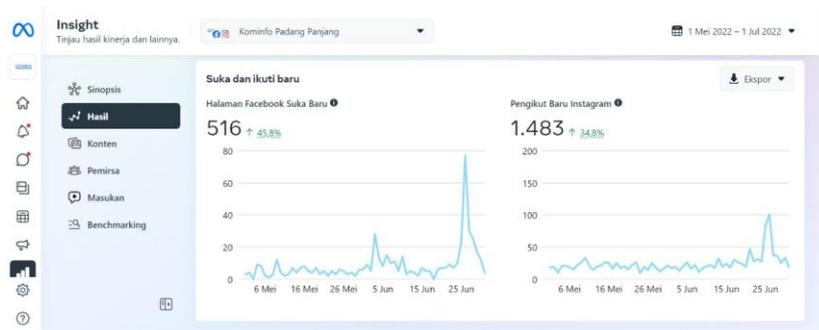
2. Hasil Observasi

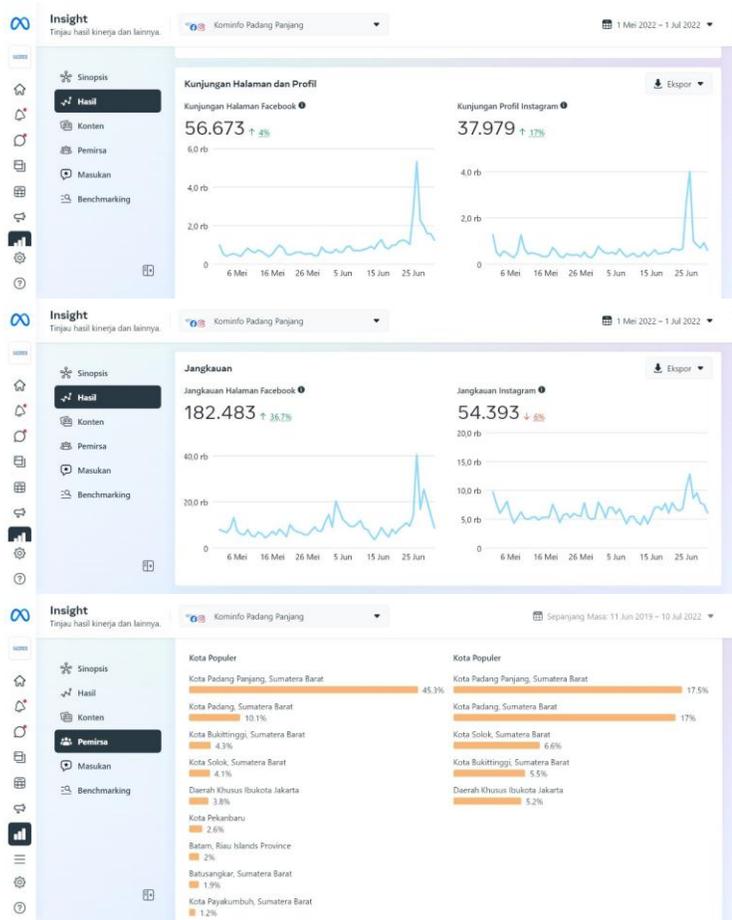


Gambar 4.3

Gambar 4.3 adalah tampilan akun *instagram* dari Kominfo Padang Panjang yang sudah memiliki ribuan followers dan juga sudah terverifikasi. Hal ini menandakan bahwa banyak sekali masyarakat yang mengikuti kegiatan-kegiatan dan informasi-informasi yang diberikan oleh Kominfo. Setiap harinya Kominfo selalu menyajikan 12 buah berita perharinya dan hampir 300an berita setiap bulannya. Untuk setiap banner pada feed *instagram* Kominfo, setiap bulannya selalu berubah warna, misal pada bulan Mei dengan banner berwarna hijau, pada bulan Juni berwarna orange dan pada bulan Juli berwarna merah. Sehingga terdapat variasi warna pada feed *instagram* Kominfo yang juga membuat feed dari *instagram* tersebut lebih terlihat rapi, indah, dan menarik bagi pengikut setia Kominfo.

Pada hal ini, dalam proses pemuatan berita, Kominfo selalu mempublikasikan berita disertai dengan foto yang mendukungnya. Bersifat aktual, memiliki autentisitas yang tinggi, mengandung kebaruan dan tentunya mengandung informasi. Tak hanya pada feed *instagram*, Kominfo juga mengupdate berita di instastory sehingga penyebaran beritanya juga lebih cepat tersebar. Pada bio *instagram* Kominfo juga terdapat informasi seperti akun media sosial lainnya, dan juga memiliki *highlight* yang juga dapat dilihat oleh pengunjung *instagram* Kominfo sendiri.





Gambar 4.4

Gambar 4.4 adalah *insight* pengunjung yang mengunjungi halaman *instagram* Kominfo dan juga orang-orang yang me-like atau menyukai berita yang dimuat oleh Kominfo dari bulan Mei sampai bulan Juli 2022.

Analisis Foto Jurnalistik dari Bulan Mei sampai Bulan Juli 2022

No	Judul Berita	Tanggal	Peliput	Urgensi	Viewers		Ket
					Like	komen	
1.	Silaing bawah dan ngalau wakili Padang Panjang di lomba tingkat provinsi.	25 Mei 2022	Cigus	Memberikan informasi teraktual kepada masyarakat mengenai kegiatan-kegiatan pemerintah yang tehgah terjadi.	46	-	Pengambilan gambar atau angle hampir sama. Dan tidak adanya feedback dari pembaca.
2.	Farhan furqan ke Amerika berkat program beasiswa guru dan murid juara	27 Mei 2022	Harrys Suyata	Memberikan informasi kepada masyarakat serta pembaca juga jadi tau bahwasanya farhan adalah murid yang terpilih mendapatkan beasiswa tersebut. Dan tentunya juga disertai foto sehingga dapat menarik pembaca dan informasi dapat dipercaya kebenarannya.	675	58	Dapat dilihat like pada foto ini sangat tinggi, komentar yang diberikan juga banyak. Ini menunjukkan bahwa foto merupakan hal yang menarik dan disukai oleh pembaca apalagi foto tersebut

							berkaitan dengan orang terdekat, serta berita yang disajikan juga mengandung informasi.
3.	Animo warga tinggi berolahraga di lapangan Bancalaweh	29 Mei 2022	Shintia	Dari berita ini, adanya urgensi untuk mengajak masyarakat agar berpartisipasi dalam olahraga yang diadakan. Sehingga foto dan berita yang dimaut sudah mengandung informasi.	165	-	Tidak adanya foto closeup dari warga yang senam. Hanya memperlihatkan foto dari angle yang jauh sehingga ekspresi dari warga tidak terlihat jelas.
4.	Wako Fadly Amran lepas 11 mahasiswa Padang panjang ke Amerika	31 Mei 2022	Ted\Max	Dari berita ini, masyarakat jadi tau bahwa wako fadly amran mengadakan acara melepas mahasiswa yang akan terbang ke amerika juga disertai foto pendukung sehingga	406	5	Foto jurnalsitik yang disajikan sudah bagus, terlihat Wako fadly amran berpose dengan sebelas mahasiswa tersebut, namun posisi pada foto

				berita bersifat aktual dan autentik.			kurang pas.
5.	Cegah Banjir, wawako Asrul Gotong royong bersama warga	19 Juni 2022	Dega	Memberitahukan dan menghimbau masyarakat untuk ikut serta berpartisipasi mencegah banjir dengan bergotong royong bersama.	96	-	Dari foto dapat dilihat like nya hanya 96, sepertinya bisa dikatakan bahwa daya tarik masyarakat kurang terhadap berita seperti ini.
6.	Pererat silaturahmi, GOW kembali adakan pertemuan bulanan	23 Juni 2022	Julay	Agar masyarakat mengetahui dan update terhadap informasi mengenai organisasi yang ada di Padang Panjang.	52	-	Bisa disimpulkan pembaca hanya melike foto namun tidak ada feedback untuk beritanya.
7.	Kuda “Talago Queen” Juara Race 9 pacu kuda Pabasko	26 Juni 2022	Andes	Memberikan informasi dan menarik minat masyarakat untuk membaca sebuah berita terlebih mengenai hal-hal yang humor yang	240	4	Pada postingan ini, terlihat pembaca sangat menyukai foto serta adanya komentar pada berita yang disajikan.

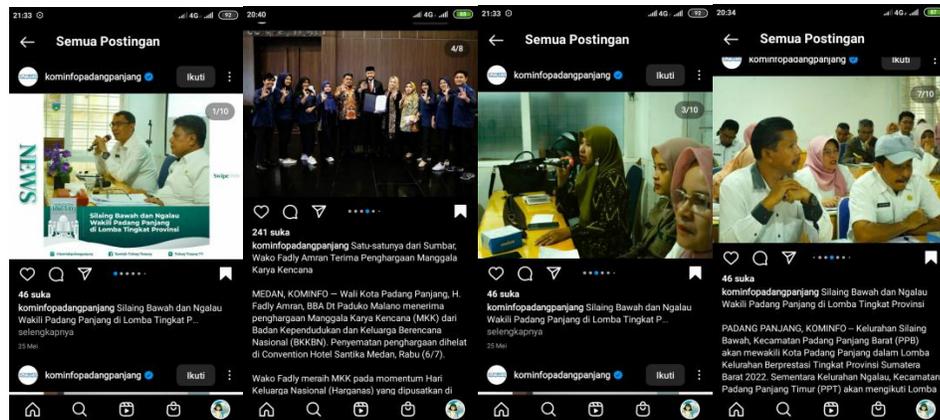
				terjadi di sekitar masyarakat tersebut.			
8.	Grand azizi ex lady security, sang juara pacuan derby	26 Juni 2022	Rifki	Memberitahu masyarakat tentang sang juara pacuan kuda, sehingga masyarakat yang tidak tau menjadi tahu dengan adanya berita disertai foto tersebut.	436	2	Pada potingan ini, banyak sekali like yang diberikan terhadap foto, namun sedikit feedback dari pembaca.
9.	Kendarai Moge, UAS tiba di Kota Padang Panjang	4 Juli 2022	Andes	Berita ini dapat menarik minat masyarakat untuk membacanya dengan kehadiran foto UAS yang sangat digemari oleh kebanyakan orang.	581	-	Bisa dilihat, dari like sepertinya pembaca lebih menyukai foto UAS dengan memakai Moge, dibanding beritanya.
10.	Satu-satunya dari Sumbar wako Fadly Amran terima penghargaan Manggala Karya Rencana	6 Juli 2022	King	Memberitahukan kepada masyarakat tentang prestasi yang sudah dicapai dari wako yang diiringi dengan sebuah foto wako fadly amran	241	3	Pada postingan ini juga dapat dikatakan pembaca lebih menyukai foto dibanding memberikan feedback

				memegang piagam. Urgensi foto disini membutuhkan bahwa berita tersebut benar-benar terjadi dan dapat dipercaya pembaca			terhadap berita.
11.	Pemko persiapan Islamic Center untuk Pelaksanaan Salat Idul Adha	9 Juli 2022	Dega	Dengan disajikannya foto Islamic center, itu dapat memperkuat sebuah berita bahwasannya akan diadakan sholat idul adha disana.	180	-	Pada postingan ini juga tidak terdapat feedback dari pembaca, pembaca hanya melihat dan menyukai foto.
12.	Warga minta musholla muhammad Nur dikonversi menjadi masjid	11 Juli 2022	Rifki	Dengan adanya Berita dan foto untuk memperjelas aktivitas dan kegiatan dari Wako dan masyarakat untuk medikonversi masjid tersebut sehingga berita tersebut layak dikonsumsi masyarakat	206	4	Dari postingan ini, warga juga banyak melike foto namun hanya 4 komentar yang diberikan.

3. Hasil Dokumentasi

Foto Jurnalistik 1

“Silailing Bawah dan Ngalau Wakili Padang Panjang di Lomba Tingkat Provinsi



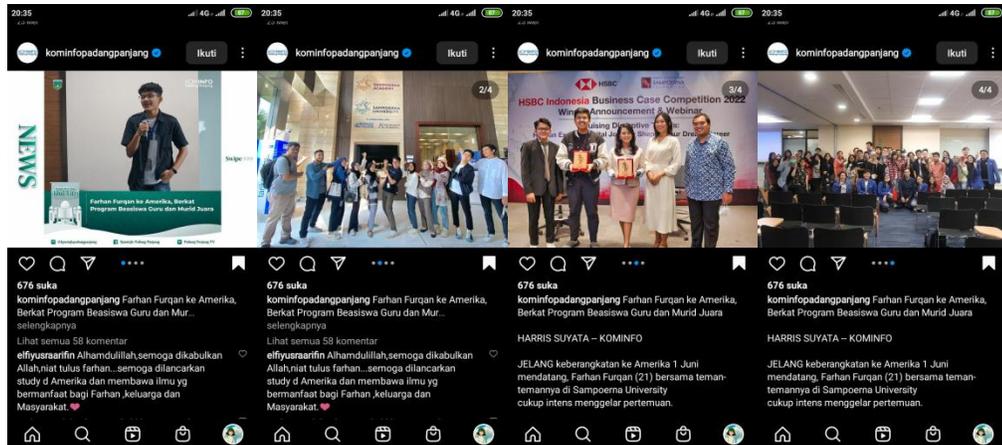
Gambar 4.5

Berdasarkan gambar diatas dapat dianalisis foto Jurnalistik diatas adalah pendukung sebuah berita yang berkaitan dengan bidang humor. Tentunya juga sangat mengandung informasi yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Namun jika dilihat dari like dan komentar, postingan ini mendapatkan like 46 suka, dan 0 komentar. Bisa penulis simpulkan bahwa pembaca hanya menyukai foto tanpa memberikan feedback pada berita.

Untuk perpaduan antara foto dan naskah berita sudah sesuai dengan headline berita.

Foto Jurnalistik 2

“Farhan Furqan ke Amerika Berkat Program Beasiswa Guru dan Murid Juara”

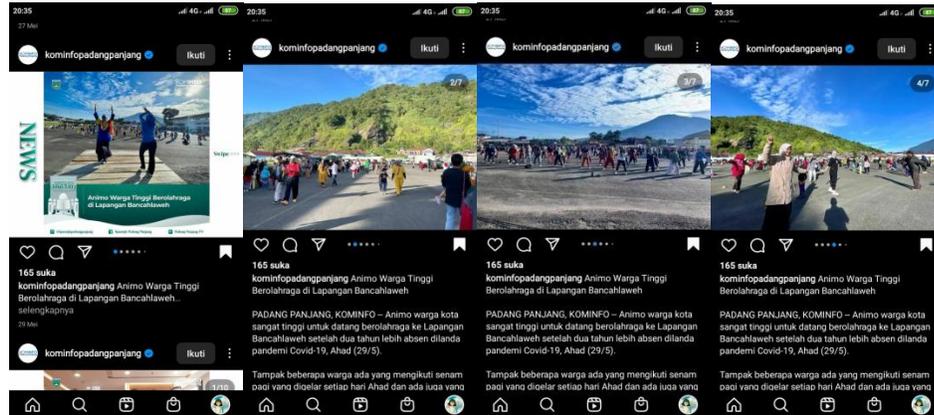


Gambar 4.6

Berdasarkan gambar diatas Foto jurnalistik diatas adalah berita yang berkaitan dengan bidang humor. Jika dilihat dari like dan komentar, foto ini banyak mendapatkan like dengan 676 suka dan 58 komentar. Dapat penulis simpulkan bahwa berita-berita yang seperti ini sangat menarik perhatian masyarakat sehingga pembaca meninggalkan jejak seperti like dan komentar di postingan ini.

Foto Jurnalistik 3

“Animo Warga Tinggi Berolahraga di Lapangan Bancahlaweh”

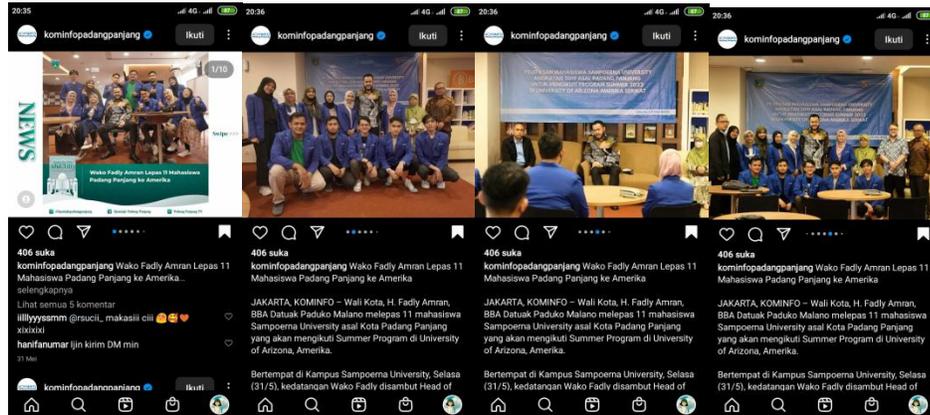


Gambar 4.7

Berdasarkan gambar diatas foto jurnalistik pada postingan ini berkaitan dengan bidang humor. Dimana masyarakat dapat mengetahui adanya kegiatan olahraga di Lapangan Bancahlaweh serta berita yang disertai dengan foto juga membuat masyarakat jadi percaya bahwa kegiatan senam ini benar-benar ada dikarenakan foto yang memperlihatkan warga yang sedang senam dan terlihat tampak lapangan bancahlaweh dengan kondisi cuaca yang sangat cerah.

Foto Jurnalistik 4

“Wako fadly Amran lepas 11 mahasiswa padang panjang ke amerika”

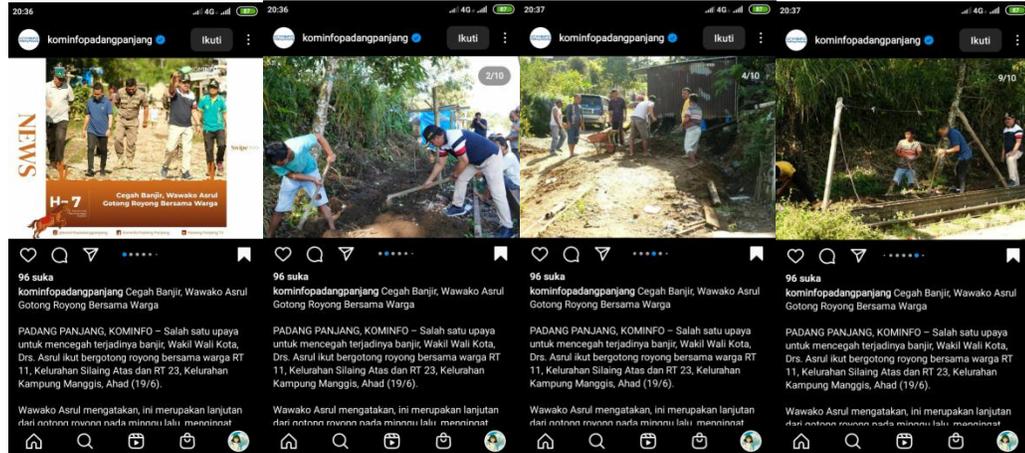


Gambar 4.8

Berdasarkan gambar diatas Foto jurnalistik diatas juga berkaitan dengan bidang humor. Dimana ada 11 mahasiwa yang akan dikirim ke amerika karena mendapatkan beasiswa. Dari postingan ini juga bisa dilihat pembaca sangat tertarikdengan sebuah foto yang disajikan karena banyaknya like dengan 406 suka sedangkan feedbacknya hanya 5 komentar.

Foto Jurnalistik 5

“Cegah banjir, Wawako Asrul Gotong Royong bersama Warga”

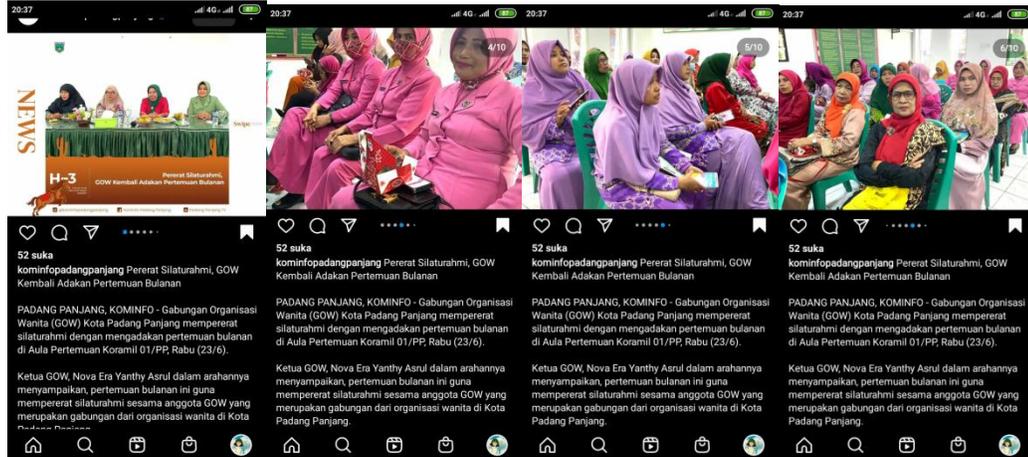


Gambar 4.9

Berdasarkan gambar diatas Foto jurnalistik ini berkaitan dengan *Social and Environment*. Yang mana berkaitan dengan kehidupan masyarakat serta lingkungannya. Dapat dilihat foto dengan like 96 suka dan 0 komentar ini sebenarnya jika dilihat dari urgensinya sangat mengandung informasi untuk diberitahukan kepada masyarakat. Bisa dilihat dari foto diatas warga yang sangat antusias bergotong royong dalam rangka mencegah banjir bersama Wawako Asrul.

Foto Jurnalistik 6

“Pererat Silaturrahi, GOW kembali Adakan Pertemuan Bulanan”

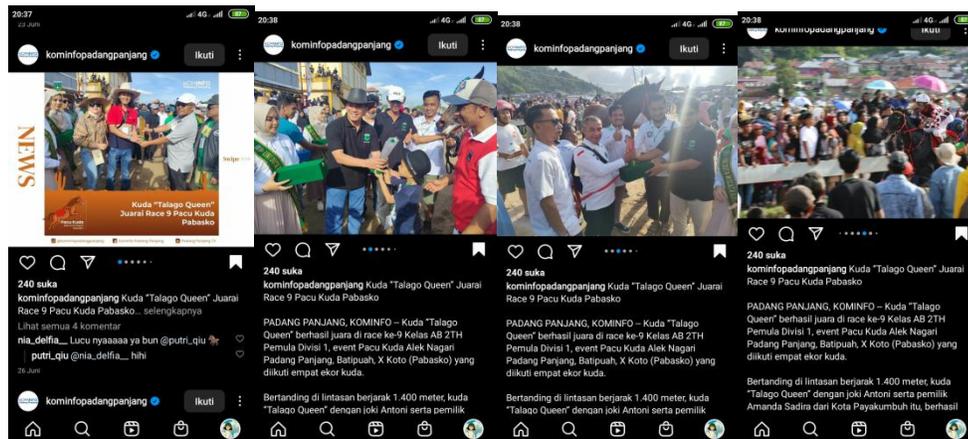


Gambar 4.10

Berdasarkan gambar diatas Foto jurnalistik diatas berkaitan dengan bidang politik. Dapat dilihat seperti halnya urgensi foto untuk menarik minat masyarakat sedikit kurang pada postingan ini. Mendapatkan 52 suka dan 0 komentar membuat pembaca kurang terenyuh dengan berita ini, padahal postingan ini juga sangat mengandung informasi untuk masyarakat.

Foto Jurnalistik 7

“Kuda Talago Queen Juarai Race 9 Pacu Kuda Pabasko”



Gambar 4.11

Berdasarkan gambar diatas foto jurnalistik diatas adalah foto dibidang humor. Jika dilihat urgensi foto jurnalistik dapat menarik minat masyarkat untuk melihatnya postingan ini. Mendapatkan 240 suka dan 4 komentar setidaknya sudah memberikan feedback kepada pembaca dan sangat mengandung informasi serta foto juga dapat meminimalisir berita-berita hoax.

Foto Jurnalistik 8

“Grand Aziz ex Lady security, Sang Juara Pacuan Derby”



Gambar 4.12

Berdasarkan gambar diatas foto jurnalistik diatas juga salah foto dibidang humor. Urgensi foto disini dapat dilihat bahwa sangat memancing daya tarik atau minat masyarakat dilihat dari like 436, juga menghindari berita bohong. Karena foto dan berita yang diberikan sesuai dengan kejadian atau bersifat aktual dan memiliki autensitas yang tinggi.

Foto Jurnalistik 9

“Kendarai Moge, UAS Tiba di Kota Padang Panjang”

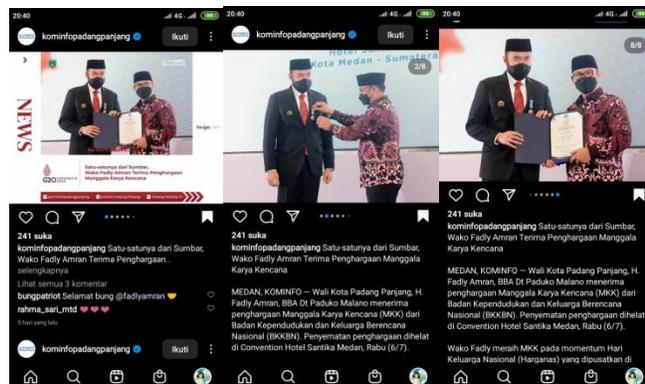


Gambar 4.13

Berdasarkan gambar diatas foto jurnalistik memiliki like yang sangat banyak dengan mencapai 581 suka namun tidak adakomentar yang diberikan oleh pembaca. Dapat disimpulkan pembaca lagi-lagi hanya menyukai postingan foto UAS karena memang banyak digemari oleh masyarkat. Urgenfi foto disini adalah menimbulkan daya tarik masyarakat untuk melihat postingan ini dan meninggalkan tanda like.

Foto Jurnalistik 10

“Satu-satunya dari Sumbar, Wako Fadly Amran Terima Penghargaan Manggala Karya Kencana”

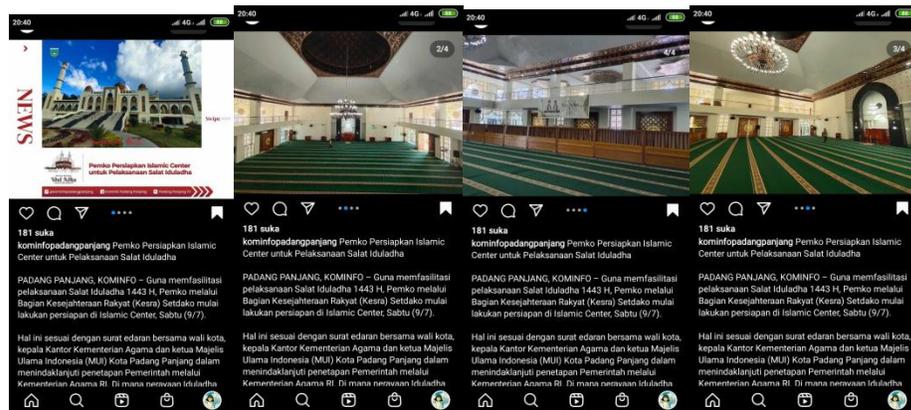


Gambar 4.14

Berdasarkan gambar diatas foto jurnalistik diatas adalah foto dibidang politik. Ini juga salah satu foto yang juga mendapatkan banyak like dengan 241 suka dan 3 komentar. Urgensi foto diatas juga dapat menarik minat masyarakat, menimbulkan kepercayaan masyarakat terhadap berita karena disertai foto yang memperlihatkan Wako Fadly Amran sedang memegang penghargaan tersebut.

Foto Jurnalistik 11

“Pemko Persiapkan Islamic Center untuk Pelaksanaan Salat Idul Adha”

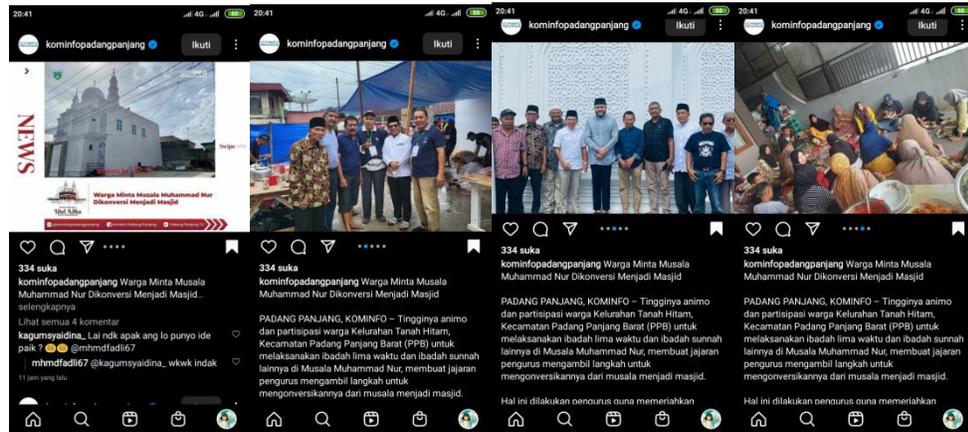


Gambar 4.15

Berdasarkan gambar diatas foto jurnalistik diatas adalah foto yang memperlihatkan kondisi masjid yang akan dijadikan tempat untuk sholat idul adha bagi masyarakat. Urgensi foto disini adalah foto sangat memperkuat sebuah berita, tampak dari foto-foto diatas dipampangkan spanduk dengan foto Wako dan Wawako disertai naskah berita yang memperjelas sebuah foto tersebut. Sehingga bagi masyarakat yang membaca postingan ini, juga mempercayai informasi yang diberikan dan juga bisa ikut serta melakukan sholat raya idul adha disana.

Foto Jurnalitik 12

“Warga Minta Musala Muhammad Nur Dikonversi menjadi Masjid”



Gambar 4.16

Berdasarkan gambar diatas foto jurnalistik diatas adalah salah satu yang juga mengundang ketertarikan masyarakat untuk melihat postingan ini, foto juga memperkuat sebuah berita disertai naskah untuk menjelaskan maksud gambar. Dan tampak jelas warga beserta Wako berfoto bersama dalam rangka mendikoversi musala nur menjadi masjid dan juga terlihat ibu-ibu yang sedang memasak makanan untuk warga.

C. Pembahasan

1. Urgensi Foto Jurnalistik untuk memperkuat sebuah berita.

Setelah melakukan observasi dan wawancara dengan beberapa narasumber terkait permasalahan yang diteliti, sehingga penulis mendapatkan informasi terkait dengan hal tersebut. Kehadiran foto jurnalistik sangat mempengaruhi sebuah berita dalam sebuah media online sehingga menjadi suatu hal yang fundamental terhadap penarasian berita.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, sesuai yang dikatakan oleh Informan 1 foto jurnalistik atau foto berita adalah bagian dari konvergensi media yang mana penggabungan media-media yang digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan, dalam jurnalistik konvergensi media ini tidak hanya narasi tapi juga berupa foto-foto maupun audio visual, info grafis, tabel-tabel

atau tabulasi dll. Sehingga, foto berita ini menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat dalam mencari informasi-informasi yang dibutuhkan.

Informan 1 juga menjelaskan bahwa berita-berita yang dipublikasikan oleh Kominfo ini sudah mengandung informasi karena berita yang dimuat lebih mengarah kepada kegiatan kota dan aktivitas masyarakat terkini, sehingga masyarakat juga update terhadap info-info pembangunan kota yang dilakukan dan kegiatan-kegiatan kepala daerahnya.

Dalam setiap berita yang dipublikasikan, Kominfo selalu menyertakan foto dalam setiap postingannya. Guna agar berita yang dimuat dapat didukung dan diperkuat oleh foto. Tidak pernah Kominfo mempublikasikan berita tanpa sebuah foto. Setiap foto selalu disertai dengan narasi yang fungsinya menjelaskan apa maksud dari foto atau kejadian daripada foto tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa foto atau gambar ini adalah salah satu elemen penting dalam menyajikan sebuah berita, karena apabila berita tanpa foto maka keaslian dari sebuah berita akan dipertanyakan oleh masyarakat, apakah berita tersebut benar-benar terjadi atau tidaknya hal itu akan terjawab dengan kehadiran foto jurnalistik sebagai pendukungnya. Namun dalam hal ini, banyak juga masyarakat yang hanya melike fotonya saja dibanding beritanya, diberbagai postingan juga dilihat minimnya *feedback* pembaca terhadap suatu postingan pada *instagram* Kominfo.

Lalu dalam pemilihan foto selalu ada tim layout untuk menyeleksi foto yang akan dimuat pada media *instagram* Kominfo. Untuk tim peliput pada Kominfo, orang yang mengambil foto adalah orang yang sekaligus membuat narasi berita tersebut, sehingga tentu foto dan berita yang Kominfo sajikan bersifat autentik, aktual, jelas dan mengandung informasi bagi pembaca serta sumbernya pun jelas. Untuk pengeditan foto, Kominfo hanya mengedit bagian yang penting saja seperti, pencahayaan, kontras, komposisi, dan sebagainya sehingga tidak menghilangkan materi pada foto tersebut dan tentunya tidak ada manipulasi atau rekayasa pada foto yang dimuat di *instagram* Kominfo. Dari

sebuah foto, masyarakat atau pembaca dapat mengetahui peristiwa-peristiwa yang tengah terjadi disekitarnya.

Makna foto jurnalistik ini dapat dilihat dari fungsi foto jurnalistik sebagai foto yang menjelaskan sebuah berita secara keseluruhan, dapat menjelaskan sisi lain dari orang yang diberitakan, tentunya juga sebagai penghias halaman berita tersebut, dan juga dapat menjelaskan berita secara singkat. Dan sebagai unsur pendukung dari nilai foto jurnalistik, sesuai dengan Sumidiria dalam Gani & Kusumalestari foto-foto jurnalistik ini tentunya sudah memenuhi kriteria dan fotonya selalu mengandung informasi, mengandung kebaruan, bersifat unik, memiliki *impact* kepada pembaca, bersifat aktual, lalu foto-fotonya juga mengandung *proximity* yang dapat mengingatkan pembaca atau memberi kesan terhadap berita yang disajikan, juga selalu berkaitan dengan manusia (*human interest*). Serta beritanya juga dominan berkaitan dengan orang-orang penting seperti kepala daerah atau walikota Padang Panjang.

2. Urgensi Foto Jurnalistik dapat menimbulkan kepercayaan pembaca terhadap sebuah berita.

Pada dasarnya, foto atau gambar yang dimuat oleh Kominfo selain dapat memperkuat sebuah berita tentu foto tersebut juga harus bisa menimbulkan kepercayaan masyarakat atau pembacanya, karena kepercayaan dan citra yang baik dimata masyarakat merupakan salah satu hal penting bagi keeksistensian suatu instansi atau perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan, foto dan berita yang dimuat oleh Kominfo selalu menampilkan foto atau berita yang mengandung keorisinilan, memiliki autensitas yang tinggi dan aktual. Apalagi Kominfo juga selalu memberitakan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kepala daerah, organisasi maupun kegiatan masyarakat, tentu informasi yang diberikan haruslah fakta, yang dapat menimbulkan kepercayaan masyarakat maupun

pembaca. Karena Kominfo adalah salah satu instansi yang dinaungi oleh pemerintah, dan sesuai yang dijelaskan oleh Infroman 3 bahwa Kominfo adalah Public Relation yang menghasilkan karya jurnalistik. Maka dari itu baik dari segi foto maupun narasi yang disajikan tentu harus dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan ke orisinilannya, terlebih lagi media yang digunakan adalah media online yang dapat diakses oleh masyarakat luas sehingga hal itu juga dapat menggiring opini publik apabila terdapat kebohongan yang dapat merusak citra instansi itu sendiri.

Sejatinya media masa memiliki karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah yang besar dan luas, bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Hal ini bisa dilihat dari *followers* Kominfo yang sudah mencapai ribuan dan sudah terverifikasi, sehingga tentunya Kominfo Padang Panjang terbilang eksis dikalangan masyarakat serta masyarakat tentunya menyukai dan mengikuti kegiatan-kegiatan Kominfo itu sendiri, entah itu dari segi fotonya yang membuat publik tertarik maupun dari segi beritanya yang selalu terupdate.

Selain dapat menimbulkan kepercayaan publik, berita yang disajikan oleh Kominfo juga pastinya mendapatkan *feedback* bagi pembaca, menandakan bahwa informasi yang diberikan sangat mempengaruhi masyarakat atau pembaca., sehingga pembaca memberikan tanggapan berdasarkan berita tersebut.

Oleh karena itu, sesuai dengan unsur pendukung nilai foto jurnalistik bahwa foto jurnalistik memberikan *impact* kepada pembaca, setiap foto yang disertai berita dapat menimbulkan kepercayaan pembaca bahwasannya berita yang diberikan fakta, dan tentu juga harus mengandung informasi sehingga masyarakat dapat mengkonsumsi informasi yang disajikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Urgensi foto jurnalistik dapat memperkuat sebuah berita di media sosial *instagram* Kominfo, tentunya sudah memiliki autensitas yang tinggi, bersifat aktual, mengandung kebaruan, dapat memberikan informasi kepada pembaca atau masyarakat serta memberikan *feedback* kepada pembaca. Pada prosesnya, tim peliput Kominfo sendiri yang langsung terjun ke lapangan untuk mengambil berita, dan tim peliput yang bersangkutan pulalah yang membuat narasi beritanya, dan dalam pengeditan foto pun tidak ada yang diubah daripada materi pada foto hanya seperti: penambahan cahaya, poisisi, cropping dan sebagainya, sehingga foto atau gambar maupun berita yang diberikan oleh Kominfo dapat diyakini kebenarannya terlebih jenis berita yang dimuat berkaitan dengan kegiatan kepala daerah, maupun aktivitas msayarakat tersebut.
2. Urgensi foto jurnalistik dapat menimbulkan kepercayaan pembaca terhadap sebuah berita, karena kepercayaan dan citra suatu instansi atau perusahaan akan mempengaruhi keeksistensian instansi atau perusahaan tersebut. Kominfo dengan followers yang sudah mencapai ribuan dan terverifikasi, dan selalu memuat berita-berita yang aktual dan terbaru setiap harinya, tentunya sudah dapat dikatakan eksis di kalangan masyarakat dan mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada pada Kominfo. Hal ini dapat dikatakan menjadi salah satu bentuk kepercayaan pembaca atau masyarakat terhadap informasi-informasi yang dimuat Kominfo di halaman *instagram*nya. Serta Informasi-informasi yang diberikan oleh Kominfo juga sangat membantu pembaca atau masyarakat, berita yang disajikan juga sangat jelas karena disertai foto dan teks berita, selain itu beritanya juga jelas, padat, dan singkat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk tim redaksi pada Kominfo, untuk foto jurnalistiknya agar dapat diperhatikan lagi keaesthetikan, ragam, sehingga lebih dapat menarik pembaca untuk melihat informasi-informasi yang dimuat.
2. Untuk jurnalis Kominfo dalam menjalankan profesinya untuk tetap berpegang pada kode etik jurnalistik yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, A. M. (2004). *Foto Jurnalistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alwi, A. M. (2009). *Metode Memotret dan Mengirim Foto di Media Massa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bakhri, S. (2020). *Komunikasi Visual Foto Jurnalistik Komunikasi Pewarta Foto Indonesia Aceh*.
- Dzikri, M. (2020). Jurnalistik Foto di Media Online. *jurnal ilmu jurnalistik* , 1 vol 3.
- Hamdan, F. (2017). Pengertian Fotografi. 9.
- Laba, K. (2013). Repepresentase Visi Surat Kabar dalam Foto Jurnalistik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* , 1 vol 2.
- Mufidah, I. (2021). *Pemanfaatan Foto Jurnalistik oleh Pos Metro Padang pada Pemberitaan Koran*. Batusangkar: Institut Agama Islam Negeri .
- Rita Gani, R. R. (2013). *Jurnalistik Foto*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Romli, A. S. (2008). *Kamus Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sammuel Gandang Gunanto, P. E. (2020). Seni dan Media di Masa Pandemi Covid-19 . *Jurnal Fakultas Seni Media Rekam* .
- Sari, A. (2019). *Penerapan Kode Etik Foto Jurnalistik pada Berita Hukum dan Kriminal di Jambiupdate.com*. Jambi: Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurnalistik Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin .
- Setiawan, H. (2013). *Teknik Fotografi pada Foto Jurnalistik Perayaan Maulid Nabi di Surat Kabar Yogyakarta*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Soelarko, R. M. (1985). *Pengantar Fotografi Jurnalistik*. Jakarta: Karya Nusantara.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.

- Sutoyo, A. (2018). *Analisis Foto Jurnalistik Karya Jamal Jufri Bencana Gunung Merapi*. Palembang: Universitas Raden Fatah
- Wiajya, T. (2011). *Foto Jurnalistik dalam Dimensi Utuh*. Jakarta: Sahabat.
- Yunus, Syarifudin. (2015). *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Zoelverdi, E. (1985). *Mat Kodak: melihat untuk sejuta mata*. Jakarta: Grafiti Pers.

Sumber Internet

<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/skola/read/2022/06/20/103000169/krisis-perusahaan--pengertian-dan-penyebabnya>

