

**ANALISIS FOTO JURNALISTIK DALAM KONTEN “*CITIZEN  
JOURNALISM*” PADA AKUN INSTAGRAM @LAMPUUNG**

**(Skripsi)**

**Oleh  
TOMMY YURANDA**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

## ABSTRAK

### ANALISIS FOTO JURNALISTIK DALAM KONTEN “*CITIZEN JOURNALISM*” PADA AKUN INSTAGRAM @LAMPUUNG

Oleh

**TOMMY YURANDA**

Kehadiran media *online* mempermudah manusia untuk mendapatkan informasi yang diinginkan, bahkan informasi yang berada sangat jauh. Akun instagram @lampuung merupakan salah satu contoh akun yang memberikan kemudahan untuk bertukar informasi, khususnya informasi wisata yang ada di daerah Lampung melalui *social media*.

Kemunculan konten *Citizen Journalism* pada akun instagram @lampuung menjadi sesuatu yang menarik bagi peneliti, dikarenakan status akun itu sendiri yang awalnya merupakan akun yang bersisikan foto-foto artistik tentang informasi spot wisata Lampung, kini memiliki sebuah konten *Citizen Journalism* yang berisikan foto-foto jurnalistik. Seperti yang diketahui, foto artistik dan foto jurnalistik itu berbeda, disini peneliti bertujuan untuk menganalisis apakah foto jurnalistik dalam konten *Citizen Journalism* sudah memenuhi nilai-nilai sebagai foto jurnalistik berupa informatif, faktual, *human interest*, dan *pictorial quality*.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif serta menggunakan teori Foto Jurnalistik dan teori Budaya Media Partisipasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa dari 10 foto jurnalistik yang menjadi sample penelitian, semuanya telah mengandung nilai jurnalistik berupa informatif dan faktual. Sedangkan nilai jurnalistik yang sering kurang terpenuhi adalah *human interest* dan *pictorial quality*. Hal ini dikarenakan konten *Citizen Journalism* lebih mengutamakan kecepatan informasi, sedangkan untuk mendapatkan nilai *human interest* dan *pictorial quality* yang bagus dibutuhkan waktu yang lama.

Kata kunci: Instagram, Nilai Foto Jurnalistik

**ABSTRACT****ANALYSIS OF PHOTO JOURNALISM ON CITIZEN JOURNALISM  
CONTENT AT @LAMPUNGG'S INSTAGRAM ACCOUNT**

*By*

**TOMMY YURANDA**

*The appearance of online media is facilitate the human to get any information as they want, even the information is very far away from them. @lampuung instagram account is one example of an account that provides the convenience to exchange information, especially the nformation about tourism in Lampung area through social media.*

*The appearance of Citizen Journalism content on @lampuung instagram account becomes something that interest the researcher, due to the status of @lampuung instagram account which was originally an account that containing some artistic photographs about the information of tourist spot in Lampung, now it has a content of Citizen Journalism such as journalism photographs. As it is known, artistic photograph and journalistic photograph are different, the researcher was interested to analyze what journalistic photos are in Citizen Journalism content has met the values as a photo journalism.*

*This research used a qualitative content analysis method which is the researcher will know whether photo journalism is informative, factual, human interest, and pictorial quality already exists in Citizen Journlism content on @lampuung instagram account. The results of this research are from 26 photos that uploaded to the Citizen Journalism content on @lampung instagram account, there are only 10 photos that met the 4 values of photo journalism. Where as the other 16 photos are less meet the value of photojournalism. The value of photo journalism that often less fulfilled are the value of Human Interest as much as 15 photos and the value of Pictorial Quality is about 7 photos.*

*Key word: Instagram, Photo Journalism Value*

**ANALISIS FOTO JURNALISTIK DALAM KONTEN *CITIZEN*  
*JOURNALISM* PADA AKUN INSTAGRAM @LAMPUNG**

**Oleh**

**TOMMY YURANDA**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDARLAMPUNG  
2017**

**Judul Skripsi** : **ANALISIS FOTO JURNALISTIK DALAM KONTEN  
CITIZEN JOURNALISM PADA AKUN INSTAGRAM  
@LAMPUUNG**

**No. Pokok Mahasiswa** : Tommy Yuranda

**NPM** : 1316031071

**Jurusan** : Ilmu Komunikasi

**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**MENYETUJUI**

1. **Komisi Pembimbing**



**Toni Wijaya, S.Sos., MA**  
NIP. 19781030 200212 1 001

2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

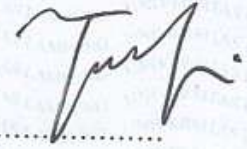


**Dhanik Sulistyarini, S.Sos., Mcomn&MediaSt.**  
NIP 19760422 200012 2 001

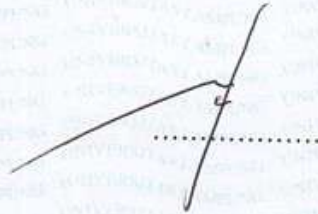
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua : **Toni Wijaya, S.Sos.,M.A**



Penguji Utama : **Dr. Ibrahim Besar, S.Sos.,M.Si**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **20 November 2017**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tommy Yuranda

NPM : 1316031071

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat : Pasar Minggu, RT/RW 002/005, Negara Tulang Bawang, Bunga  
Mayang

No. HP : 081274574447

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **Analisis Foto Jurnalistik dalam Konten Citizen Journalism pada Akun Instagram @lampuung** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain), ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandarlampung, November 2017

Yang membuat pernyataan,



**Tommy Yuranda**  
**NPM. 1316031071**

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Tommy Yuranda. Dilahirkan di Kotabumi pada tanggal 18 Juni 1995. Penulis merupakan anak kelima dari lima bersaudara, buah hati dari pasangan Hi. Hasyim Maroe dan Almh. Hj. Rosita. Penulis menempuh pendidikan di Taman Kanak-Kanak PG Bunga Mayang pada tahun 2000, SD PG Bunga Mayang pada tahun 2001, SMP PG Bunga Mayang pada tahun 2010, dan SMA Negeri 9 Bandar Lampung pada tahun 2013. Selanjutnya, pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN tahun 2013.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi bidang Penelitian dan Pengembangan atau *Research and Development* pada tahun kepengurusan 2014-2015. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pekon Ampai, Kecamatan Marga Punduh, Kabupaten Pesawaran pada Januari 2016 selama 60 hari dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Media Massa lokal Kompas TV Lampung pada bulan Agustus 2016 selama 30 hari. Penulis juga menjadi kontributor pada website ANTV klik pada tahun 2017 dan telah menghasilkan 10 artikel untuk website tersebut.



# Motto

"bahagia itu sederhana"  
-penulis

"usaha keras tidak akan mengkhianati"  
-penulis

## **Persembahan**

### **Yang Utama dari Segalanya**

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan

Rasulullah Muhammad SAW

### **Mama dan Papa Tercinta**

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya ini kepada Mama dan Papa yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Mama dan Papa bahagia. Untuk Mama yang selalu memberikan wejangan, nasihat serta mendoakanku, Terimakasih Mama...

### **Teman-teman Komunikasi 13 dan Almamater Unila Tercinta!!**

Terimakasih banyak untuk segala kesempatan, hingga moment emas untuk ukirkan kesuksesan hingga sampai pada sesi ini. Terimakasih banyak untuk semua memori terbaik itu!!

## SANWACANA

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena bantuan, berkat, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Foto Jurnalistik dalam Konten *Citizen Journalism* pada Akun Instagram @lampuung”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala berkat, rahmat, hidayah-Nya serta kesehatan dan petunjuk yang selalu Engkau berikan kepada kami. Maafkan hamba-Mu ini yang sering melakukan kesalahan dihadapan-Mu.
2. Bapak Dr. Syarief Makhya selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, terima kasih untuk segala kemudahan dan keramahan dalam melayani dan membantu mahasiswa selama ini.
3. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Lampung, terima kasih untuk segala keramahan, kesabaran serta keikhlasannya mendidik dan membantu mahasiswa selama ini.

4. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si selaku Seketaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, untuk segala kesabaran, keramahan serta membantu mahasiswa selama ini.
5. Bapak Toni Wijaya, S.Sos.,MA, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan banyak waktu untuk sabar membimbing dan memberikan penulis banyak ilmu dan pengetahuan baru yang bermanfaat.
6. Bapak Dr. Ibrahim Besar, M.Si, selaku Dosen Penguji yang telah bersedia membantu serta memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi penulis serta keramahannya dalam memberikan ide-idenya.
7. Seluruh dosen, staff, administrasi dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.
8. Teruntuk kedua orangtua saya, Papa (Hi. Hasyim Maroe) dan Mama (Almh. Hj Rosita) tercinta, terimakasih atas segala dukungan dan doanya yang telah diberikan selama ini dalam mengiringi setiap langkah demi langkah, terimakasih telah memberikan kasih sayang yang luar biasa untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Terimakasih yang teramat dalam kepada Mama yang selalu memikirkan anak-anaknyanya meskipun sedang dalam keadaan sakit. Sepatah duapatah kata dalam skripsi ini tidak akan sanggup mengutarakan betapa besarnya rasa terimakasihku kepadamu, Ma.

9. Teruntuk keempat kakak saya, Herry Aprius, Eka Novriyanti, Yeppy Seprido, dan Wawan Yuansa yang selalu memberikan semangat untuk adiknya agar selalu berjuang demi menjadi sarjana.
10. Hidup saya terlalu berat untuk mengandalkan diri sendiri tanpa melibatkan bantuan tuhan dan orang lain, tak ada tempat terbaik untuk berkeluh kesah selain bersama sahabat-sahabat terbaik, terimakasih untuk penghuni grup *Skripsiers* Ambar, Bayu, Enny, Sukman, Shinta dan Ulfah terimakasih selalu menemani dalam canda tawa serta tangis.
11. Teruntuk teman-teman KKN Reza, Ami, Ayu, Hanan, Ina terimakasih kalian yang sudah menjadi penghangat di Desa Pekon Ampai selama 2 bulan. Terimakasih selalu memberikan tawa dan canda serta semangat dan motivasi untuk penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
12. Teruntuk rekan-rekan PKL Uly, Khanza, Vina, Dian, Farra, Ilham, Mahdi, Heri, Reza, Afandra, Jefry, Bang Thomy, Band Andry, Bang Adhit, dan Mbak Cindy terimakasih sudah membagikan ilmu dan pengalaman-pengalamannya kepada penulis. Sedikit banyak ilmu yang diberikan sewaktu menjalani PKL di Kompas TV Lampung dapat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Untuk teman-teman komunikasi 2013 yang tidak bias disebutkan satu persatu. Terimakasih atas kebersamaanya. Terimakasih sudah membuat masa perkuliahanku penuh dengan canda dan tawa.
14. Teruntuk adik-adik Ilmu Komunikasi angkatan 2014, 2015, 2016 dan 2017, nikmati masa kuliahnya, yang sudah masuk semester akhir mulai dikerjakan skripsinya. Kalian harus tetap semangat.

15. Serta untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bias disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungannya.

Bandar Lampung, 17 November 2017

Penulis,

Tommy Yuranda

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Akademik.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Tinjauan Media Baru.....	11
2.2.1 Teori Budaya Media Partisipatoris.....	12
2.3 Tinjauan Instagram.....	13
2.3.1 Fitur pada Instagram .....	14
2.4 Tinjauan Tentang Journalisme Online .....	19
2.5 Tinjauan Tentang Citizen Journalism .....	20
2.5.1 Jenis Jenis Citizen Journalism.....	21
2.6 Tinjauan Tentang Fotografi .....	23
2.7 Tinjauan Tentang Foto Jurnalistik .....	24
2.7.1 Jenis Foto Jurnalistik.....	25
2.7.2 Nilai Foto Jurnalistik.....	27
2.8 Tinjauan Tentang Teori Analisis Isi.....	28
2.9 Kerangka Pikir .....	30

<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Tipe Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Definisi Konseptual.....	33
3.4 Kategorisasi .....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	37
<b>IV. GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>39</b>
4.1 Profile Instagram .....	39
4.2 Profile Akun Instagram @lampuung .....	40
4.2.1 Konten Instagram @lampuung .....	41
4.2.2 Struktur Organisasi.....	43
4.2.3 Visi dan Misi .....	43
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	45
5.1.1 Nilai Foto Jurnalistik.....	46
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	49
<b>VI. SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
6.1 Simpulan.....	93
6.2 Saran.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>



**DAFTAR BAGAN**

Bagan	Halaman
1. Jumlah Pengguna Internet Indonesia.....	2
2. Kerangka Pikir.....	31

**DAFTAR TABEL**

Tabel	Halaman
1. Data Instagram Lampung .....	2
2. Penelitian Terdahulu .....	10
3. Kode Foto Jurnalistik .....	45
4. Nilai Foto Jurnalistik yang Terkandung.....	47
5. Hasil Analisis Nilai Foto Jurnalistik .....	86

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
1. Perubahan Logo Instagram.....	13
2. Logo akun instagram @lampuung .....	41
3. Foto Jurnalistik 1 .....	50
4. Foto Jurnalistik 2.....	54
5. Foto Jurnalistik 3.....	57
6. Foto Jurnalistik 4.....	61
7. Foto Jurnalistik 5.....	65
8. Foto Jurnalistik 6.....	69
9. Foto Jurnalistik 7.....	72
10. Foto Jurnalistik 8.....	76
11. Foto Jurnalistik 9.....	79
12. Foto Jurnalistik 10.....	83

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman dan teknologi semakin membawa pengaruh besar kepada perkembangan industri media. Pada era informasi dan komunikasi saat ini, masyarakat sangat membutuhkan media dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Sementara itu, disaat yang sama media juga terus meningkatkan produksinya serta pelayanannya untuk memuaskan masyarakat.

Saat ini perkembangan media turut ambil bagian dalam penyebaran informasi. Media *online* menjadi salah satu media *mainstream* yang kini menjadi sebuah alat untuk mendapatkan informasi. Kehadiran media *online* mempermudah orang lain untuk mendapatkan informasi yang dia inginkan, bahkan informasi yang berada sangat jauh dari diri mereka. Kecepatan dan kemudahan menjadikan media *online* sebagai primadona pada zaman ini.

Hal ini dibuktikan dengan hasil survey dari APJII yang menunjukkan bahwa pengguna Internet di Indonesia per 2016 telah mencapai 132 juta pengguna. Jumlah tersebut merupakan setengah dari total populasi penduduk Indonesia.



Bagan 1. Jumlah Pengguna Internet Indonesia

Sumber: Hasil Survey <https://www.apjii.or.id/>

Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengatakan bahwa *Media online (online media)* adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs web internet. Salah satu bentuk media *online* adalah berupa *social media* seperti twitter, youtube, facebook, dan instagram. Melalui *social media* tersebut, masyarakat dapat saling bertukar informasi satu sama lainnya dengan lebih mudah dan efektif.

Kemudahan untuk bertukar informasi itu pun ikut dirasakan oleh masyarakat Lampung. Saat ini, di wilayah Lampung banyak bermunculan akun-akun social media, terutama instagram, yang memberikan berbagai jenis informasi, mulai dari informasi tempat wisata, kuliner, hingga berita. Menurut survey dan data dari socialblade.com per Februari 2017, terdapat beberapa akun instagram yang paling banyak di ikuti oleh masyarakat Lampung, antara lain akun @Lampung, @kuliner\_lampung, dan @lampunginsta.

Tabel 1. Data Instagram Lampung

	<b>Instagram Statistics Summary for lampung</b>	FOLLOWERS <b>115,571</b>	FOLLOWING <b>2,495</b>	PICTURES UPLOADED <b>3,723</b>	AVG DAILY FOLLOWERS <b>453</b>	FULL NAME <b>Lampung Geh!</b>
	<b>Instagram Statistics Summary for kuliner_lampung</b>	FOLLOWERS <b>111,114</b>	FOLLOWING <b>34</b>	PICTURES UPLOADED <b>2,310</b>	AVG DAILY FOLLOWERS <b>394</b>	FULL NAME <b>Kulinerlampung</b>
	<b>Instagram Statistics Summary for lampunginsta</b>	FOLLOWERS <b>108,086</b>	FOLLOWING <b>2,483</b>	PICTURES UPLOADED <b>1,864</b>	AVG DAILY FOLLOWERS <b>304</b>	FULL NAME <b>Lampung Insta</b>

Sumber: <https://socialblade.com/instagram>

Dari ketiga akun tersebut, akun instagram @lampuung merupakan akun yang paling banyak diikuti oleh masyarakat Lampung dengan total *followers* sebanyak 115,571. Angka tersebut merupakan angka yang cukup besar dibandingkan dengan akun-akun sejenisnya untuk wilayah Lampung. Selain itu, akun intagram @lampuung merupakan satu-satunya dari ketiga akun instagram terbesar di Lampung yang sudah menjadi CV atau perusahaan resmi yang dilindungi oleh badan hukum. Akun instagram @lampung juga sudah mempunyai website resmi yaitu [lampunggeh.co.id](http://lampunggeh.co.id).

Akun instagram @lampuung merupakan salah satu contoh akun yang memanfaatkan *social media* untuk berbagai informasi, khususnya infomasi mengenai Lampung. Akun tersebut berbagi informasi dengan cara merepost postingan masyarakat lampung yang sudah menge-*tag* akun @lampuung. Pada awalnya akun tersebut dibuat untuk berbagi keindahan alam Lampung, namun akhir-akhir ini akun @lampuung tidak hanya memberikan informasi seputar spot wisata yang ada di lampung saja, tetapi juga memberikan

informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang ada di Lampung, melalui salah satu konten yang bernama *Citizen Journalism*.

Menurut menurut Steve Outing (2005) dalam Kusumaningati (2012) *Citizen Journalism* (Jurnalisme Warga) adalah aktivitas jurnalistik yang dilakukan oleh warga biasa (bukan wartawan). Konsep *Citizen Journalism* didasarkan warga masyarakat (*public citizens*) yang berperan aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis, dan menyebarkan berita dan informasi. Berita atau informasi yang diproduksi *Citizen Journalism* disebarluaskan melalui berbagai media, baik media mainstream yang menyediakan ruang jurnalisme warga maupun media milik warga sendiri blog, majalah, buletin, radio komunitas, dan sebagainya.

Terdapat beberapa jenis-jenis *Citizen Journalism* dan konten *Citizen Journalism* pada akun @lampuung termasuk kedalam *The Stand Alone Citizen Journalism Site: Edited Version*. Laporan berita melalui warga melalui proses penyuntingan. Berita yang masuk melalui proses penyuntingan terlebih dahulu, dengan tetap mempertahankan keaslian tulisan.

Hal yang sama juga dilakukan oleh akun instagram @lampuung. Sebelum bisa muncul di akun instagram tersebut, informasi yang masyarakat miliki harus dikirimkan terlebih dahulu ke Official Line Lampung Geh. Selanjutnya Admin akan memilih informasi manayang memenuhi kriteria,

antara lain informasi yang diberikan harus mengandung unsur 5W+1H dan yang paling penting adalah harus disertakan foto.

Menurut Alwi Audy Mirza dalam *Foto Jurnalistik* (2004) menjelaskan bahwa foto jurnalistik adalah sajian visual yang mengantarkan sebuah peristiwa bernilai berita dari tempat berbeda kepada pembaca, sehingga pembaca seolah menyaksikan di tempat kejadian. Foto jurnalistik saat ini mewakili alat terbaik yang ada untuk melaporkan peristiwa umat manusia secara ringkas dan efektif dengan bahasa gambar.

Foto Jurnalistik dalam konten *Citizen Journalism* pada akun instagram @lampuung menjadi sesuatu yang menarik bagi peneliti, dikarenakan status akun instagram @lampuung itu sendiri yang awalnya merupakan akun yang bersisikan foto-foto artistik tentang informasi spot wisata Lampung, kini memiliki sebuah konten *Citizen Journalism* yang bersisikan foto-foto jurnalistik. Seperti yang diketahui, foto artistik dan foto jurnalistik itu berbeda, disini peneliti tertarik untuk menganalisis apakah foto jurnalistik dalam konten *Citizen Journalism* sudah memenuhi nilai-nilai sebagai foto jurnalistik.

Berdasarkan hal itulah peneliti tertarik untuk membuat skripsi yang berjudul **“Analisis Foto Jurnalistik dalam Konten “*Citizen Journalism*” pada Akun Instagram @lampuung”**.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah foto jurnalistik dalam konten “*Citizen Journalism*” pada akun @lampuung sudah memenuhi nilai sebagai foto jurnalistik?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sengaik berikut

1. Untuk mengetahui apakah foto jurnalistik dalam konten “*Citizen Journalism*” pada akun @lampuung sudah memenuhi nilai sebagai foto jurnalistik.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Akademik

- a. Bagi pihak program Studi Ilmu Komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian dibidang disiplin ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan fotografi jurnalistik.
- b. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu fotografi jurnalistik .

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Diharapkan Penelitian ini dapat berguna untuk memperluas wawasan dan mengembangkan pengetahuan mengenai kajian-kajian tentang foto jurnalistik.
- b. Menjadi rujukan bagi para peneliti yang berminat untuk menganalisis lebih lanjut mengenai foto jurnalistik.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai pembandingan dan tolak ukur serta mempermudah peneliti dalam menyusun penelitian ini. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya dipakai sebagai acuan dan referensi serta untuk memudahkan peneliti. Dalam penelitian ini peneliti telah menganalisis satu penelitian terdahulu yang berkaitan dengan bahasan di dalam penelitian ini.

Penelitian yang pertama adalah milik Fhata Z'af Al'ali mahasiswa FISIP Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung berupa skripsi yang berjudul “Analisis Kesesuaian Foto dan Isi Berita dalam Pemberitaan *Development Basketball League (DBL) Lampung 2011* pada Surat Kabar Harian Radar Lampung”. Dalam penelitiannya ia menggunakan metode kualitatif. Peneliti ingin mengetahui bagaimana kesesuaian dari foto dan isi berita yang diterbitkan oleh Koran harian Radar Lampung.

Kesamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis angkat saat ini adalah objek dari penelitian merupakan gambar atau foto-foto yang memang dijadikan alat media informasi berupa komunikasi non-verbal, hanya saja penelitian yang peneliti angkat saat ini melihat dari nilai-nilai foto jurnalistik dalam konten “*Citizen Journalism*” pada akun @lampuung apakah sudah terpenuhi.

Penelitian yang kedua adalah milik Hisna Caca Hayati mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung berupa skripsi yang berjudul “Analisis Penulisan *Lead* Berita pada Website Universitas Lampung <http://www.unila.ac.id/> (Studi pada Periode Bulan Januari-Februari 2010)”

Penelitian tersebut bertujuan untuk menemukan kesesuaian penulisan *lead* berita dengan syarat-syarat penulisan *lead* yang baik menurut PWI. Selain itu, untuk mengetahui gaya penulisan *lead* berita pada website Universitas Lampung.

Kesamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis angkat saat ini adalah teori yang digunakan yaitu analisis isi kualitatif. Serta sama-sama membahas mengenai *Journalism Online*, namun objek yang diteliti berbeda. Pada penelitian yang peneliti angkat objeknya adalah Foto Jurnalistik pada akun instagram @Lampuung sedangkan objek penelitian terdahulu adalah Lead Berita pada website Universitas Lampung.

**Tabel 2. Penelitian Terdahulu**

PENELITIAN PERTAMA	
Judul	Analisis Kesesuaian Foto dan Isi Berita dalam Pemberitaan <i>Development Basketball League</i> (DBL) Lampung 2011 pada Surat Kabar Harian Radar Lampung
Peneliti	Fhata Z'afAl'ali, FISIP, Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung, 2011
Metode	Kualitatif
Tujuan	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kesesuaian dari foto dan isi berita yang diterbitkan oleh Koran harian Radar Lampung.
Perbandingan	Padapenelitian Fhata Z'af Al'ali membahas kesesuaian foto dan isi berita dalam pemberitaan pada Surat Kabar Harian Radar Lampung sedangkan dalam penelitian penulis, memfokuskan apakah foto dalam konten <i>Citizen Journalism</i> sudah memenuhi nilai foto jurnalistik. Serta Teori yang digunakan berbeda.
Kontribusi	Penelitian ini memberikan kontribusi tentang bagaimana nilai foto jurnalistik.
PENELITIAN KEDUA	
Judul	Analisis Penulisan <i>Lead</i> Berita pada Website Universitas Lampung <a href="http://www.unila.ac.id/">http://www.unila.ac.id/</a> (Studi pada Periode Bulan Januari-Februari 2010)
Peneliti	Hisna Caca Hayati, FISIP, Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung. 2010.
Metode	Kualitatif
Tujuan	Untuk menemukan kesesuaian penulisan lead berita dengan syarat-syarat penulisan lead yang baik menurut PWI. Selain itu, untuk mengetahui gaya penulisan lead berita pada website Universitas Lampung.
Perbandingan	Objek yang diteliti berbeda. Pada penelitian yang peneliti angkat objeknya adalah Foto Jurnalistik pada akun instagram @Lampung sedangkan objek penelitian terdahulu adalah <i>Lead</i> Berita pada website Universitas Lampung
Kontribusi	Penelitian ini memberikan kontribusi berupa teori analisi isi kualitatif serta tinjauan tentang <i>Journalism Online</i>

## 2.2 Tinjauan Tentang Media Baru

Media baru merupakan istilah yang dipakai untuk bentuk media komunikasi massa yang berbasis teknologi komunikasi dan teknologi informasi. Media baru yang memiliki ciri tersebut adalah internet. Internet adalah jaringan kabel dan telephone satelit yang menghubungkan komputer (Teori Komunikasi Massa, Vivian,2008). Media baru merupakan sebuah sebutan untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan.

Ciri media baru menurut Mc Quail (Teori Komunkasi Massa, Salemba, 2011). Pertama internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan, tetapi juga dapat disetarakan dengan pengolahan,pertukaran, dan penyimpanan. Kedua, media baru merupakan lembaga komunikasi publik dan privat yang diatur (atau tidak) dengan layak. Ketiga, kinerja mereka tidak seteratur sebagaimana media massa yang professional dan birokratis.

Perbedaan signifikan yang menekankan fakta bahwa hubungan media baru dengan media massa adalah pada penyebaran yang luas secara prinsip tersedia untuk semua jenis komunikasi dan bebas dari kontrol. Bila sebelumnya masyarakat mengenal media konvensional (media cetak,radio, televisi, film), kini telah diperkenalkan dengan media baru (internet).Internet telah mengubah cara untuk berkomunikasi, cara mendapatkan berita dan informasi , serta cara membaca berita di media cetak, melihat gambar di majalah, mendengar radio, dan menonton program televisi.

(Ishadi, Manajemen Media Massa, 2010). Pada intinya media baru tidak mengubah mekanisme kerja para profesional yang bekerja pada media massa. Yang berubah hanya dalam penyampaian pesan yang sudah menggunakan digitalisasi.

### **2.2.1 Teori Budaya Media Partisipatoris**

Budaya partisipatif merupakan kata baru dalam referensi, tetapi berlawanan dengan budaya Konsumen – dengan kata lain budaya di mana orang pribadi (masyarakat) tidak bertindak sebagai konsumen saja, tetapi juga sebagai kontributor atau produsen (prosumers). Istilah ini paling sering diterapkan pada produksi atau penciptaan beberapa jenis media yang diterbitkan. Kemajuan terbaru dalam teknologi (komputer kebanyakan pribadi dan internet) telah memungkinkan orang pribadi untuk membuat dan mempublikasikan media tersebut, biasanya melalui internet. Ini budaya baru yang berkaitan dengan internet telah digambarkan sebagai Web 2.0.

Dalam budaya partisipatif “orang-orang muda kreatif menanggapi sejumlah besar sinyal elektronik dan komoditas budaya dengan cara yang mengejutkan pembuat mereka, menemukan arti dan identitas tidak pernah dimaksudkan untuk berada di sana dan menentang nostrums sederhana yang meratapi manipulasi atau kepasifan dari” konsumen “. Meningkatkan akses ke Internet telah datang untuk memainkan bagian yang integral dalam ekspansi budaya partisipatif karena semakin memungkinkan orang untuk bekerja sama, menghasilkan dan menyebarkan berita, ide, dan karya kreatif, dan terhubung

dengan orang yang memiliki tujuan yang sama dan kepentingan (lihat kelompok afinitas).

Potensi budaya partisipatif untuk keterlibatan masyarakat sipil dan ekspresi kreatif telah diteliti oleh sarjana media Henry Jenkins. Pada tahun 2006, Jenkins dan rekan penulis Ravi Purushotma, Katie Clinton, Margaret Weigel dan Alice Robison menulis White Paper berjudul Menghadapi Tantangan Partisipatif Kebudayaan: Media Pendidikan untuk Abad 21. Makalah ini menjelaskan sebuah budaya partisipatif sebagai salah satu: Dengan relatif hambatan rendah untuk ekspresi artistik dan keterlibatan masyarakat Dengan dukungan yang kuat untuk membuat dan berbagi kreasi seseorang dengan orang lain. Dengan beberapa jenis bimbingan informal dimana apa yang dikenal oleh paling berpengalaman dilewatkan bersama untuk pemula. Dimana anggota percaya bahwa kontribusi mereka peduli. Dimana anggota merasa beberapa derajat hubungan sosial dengan satu sama lain (setidaknya mereka peduli apa yang orang pikirkan tentang apa yang telah mereka ciptakan).

### **2.3 Tinjauan Tentang Instagram**

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, meng-edit dan mem-posting foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi



follower Anda. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti Anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Instagram awalnya dikembangkan oleh *startup* bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di tangan keduanya Instagram sukses membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012. Pada tanggal 11 Mei 2016, Instagram memperkenalkan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon aplikasi sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien. (<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>)



Gambar 1. Perubahan Ikon Instagram

### **2.3.1 Fitur-Fitur pada Instagram**

Instagram memiliki berbagai fitur menarik yang dapat memanjakan para penggunanya. Instagram pun terus mengembakan fitu-fitur terbaru agar para pengguna tidak merasa bosan. Adapun fitur-fitur instagram antara lain:

#### a. Kamera

Instagram mempunyai sejumlah fitur-fitur unggulan yang membuatnya digemari oleh jutaan pengguna. Yang pertama adalah fitur kamera, dimana lewat Instagram pengguna tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri. Tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi caption baru membagikannya.

#### b. Editor

Kedua, Instagram punya tool editor yang menjadi tempat bagi para pengguna untuk memoles foto yang dijepret lewat kamera perangkatnya. Di sini akan dijumpai 10 tooleditor tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan.

Di update terbaru Instagram tidak lagi mengharuskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan portrait dan juga landscape. Memberikan keleluasaan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih lebar.

#### c. *Tag* dan *Hashtag*

Sebagaimana jejaring sosial pada umumnya, Instagram juga punya fitur tag dan hashtag yang fungsinya untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

d. *Caption*

*Caption* berfungsi layaknya deskripsi, di sinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan *hashtag*.

e. *Stories*

*Stories* merupakan salah fitur terbaru dari intagram dimana para pengguna bisa mengupload video berdurasi 15 detik yang nantinya video tersebut akan menghilang setelah 24 jam.

f. *Live*

*Live* merupakan pengembangan dari *Stories*, dengan fitur ini para pengguna bisa melakukan siaran langsung kepada para pengikutnya.

g. *Album*

Untuk memuaskan para penggunanya, kini instagram menambahkan fitur baru yaitu *Album*, dimana para pengguna bisa mengupload 10 foto atau video sekaligus.

h. Integrasi ke Jejaring Sosial

Seperti yang sudah disinggung, Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain seperti Facebook, Twitter, Tumblr dan Flickr. Bila tool ini diaktifkan maka setiap kali foto

dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.

i. Arroba

Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Pada dasarnya penyinggungan pengguna yang lainnya dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

j. *Geotagging*

Setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna iDevice mengaktifkan GPS mereka di dalam iDevice mereka. Dengan demikian iDevice tersebut dapat mendeteksi lokasi para pengguna Instagram tersebut berada. Geotagging sendiri adalah identifikasi metadata geografis dalam situs web ataupun foto. Dengan Geotag, para pengguna dapat terdeteksi lokasi mereka telah mengambil foto tersebut atau tempat foto tersebut telah diunggah.

k. Tombol Suka

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa

pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting membuat foto menjadi terkenal. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman populer tersendiri.

#### l. Popular

Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak. Foto-foto yang berada di halaman populer tersebut tidak akan seterusnya berada di halaman tersebut, melainkan dengan berjalannya waktu akan ada foto-foto populer baru lain yang masuk ke dalam daftar halaman dan menggeser posisi kepopuleran foto tersebut.

#### m. Penandaan foto dengan bendera

Menandai foto dengan sebuah bendera berfungsi bila pengguna ingin melakukan pengaduan terhadap penggunaan Instagram lainnya. Hal ini dilakukan bila sebuah foto mengandung unsur pornografi, ancaman, foto curian ataupun foto yang memiliki hak cipta. Dalam menandai sebuah foto dengan bendera (flagging), informasi mengenai pihak yang telah

menandainya akan tetap dijaga kerahasiaannya. Para pengguna lainnya juga dapat melaporkan foto yang bukan milik mereka di saat menemukan suatu foto dengan pelanggaran-pelanggaran yang sama.

## **2.4 Tinjauan Tentang Jurnalisme Online**

Jurnalisme online merupakan proses penyampain informasi dengan menggunakan media internet. Adanya internet akan mempermudah pekerjaan jurnalistik, sebab kegiatan jurnalistik tersebut dapat dilakukan melalui pc atau komputer. Dengan menggunakan internet sebagai alat repotase atau sumber informasi bagian media-media tradisional atau koran (Priono, 2008).

Adapun ciri-ciri jurnalisme onilne adalah sebagai berikut:

- a. Sifatnya realtime. Berita, kisah-kisah, peristiwa, bisa langsung dipublikasi pada saat kejadian sedang berlangsung. Hal ini barangkali tidak terlalu baru untuk jenis media tradisonal seperti TV, radio.
- b. Dari sisi penerbit, mekanisme publikasi real time itu lebih leluasa tanpa dikerangkengi oleh periodesasi maupun jadwal penerbitan atau siaran kapan saja dimana saja selama dia terhubung ke jaringan internet maka penerbit mampu mempublikasikan berita, peristiwa, kisah-kisah, saat itu juga. Hal inilah yang memungkinkan para pengguna/pembaca untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan sebuah peristiwa dengan lebih sering dan terbaru.
- c. Menyertakan unsur-unsur multimedia adalah karakteristik lain jurnalisme online yang membuat jurnalisme ini mampu menyajikan bentuk dan isi publikasi yang lebih kaya ketimbang jurnalisme di

media tradisional. Karakteristik ini, terutama sekali berlangsung pada jurnanisme yang berjalan diatas web.

- d. Bersifat interaktif. Dengan memanfaatkan hyperlink yang terdapat pada web, karya-karya jurnanisme online dapat menyajikan informasi yang terhubung dengan sumber-sumber lain. Ini berarti, pengguna /pembaca dapat menikmati informasi secara efisien dan efektif namun tetap terjaga dan didorong untuk mendapatkan pendalaman dan titik pandang yang lebih luas, bahkan sama sekali berbeda. (Priono, 2008)

## 2.5 Tinjauan Tentang *Citizen Journalism*

Menurut Steve Outing (2005) dalam Kusumaningati (2012) *Citizen Journalism* atau jurnanisme warga adalah aktivitas jurnalistik yang dilakukan oleh warga biasa (bukan wartawan). Konsep *citizen journalism* didasarkan warga masyarakat (*public citizens*) yang berperan aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis, dan menyebarkan berita dan informasi. Berita atau informasi yang diproduksi jurnalis warga disebarluaskan melalui berbagai media, baik media mainstream yang menyediakan ruang jurnanisme warga maupun media milik warga sendiri, seperti blog, majalah, buletin, radio komunitas, dan sebagainya. Ada 9 alternatif nama untuk *Citizen Journalism* sebagaimana dikemukakan Mark Glaser di Mediashift:

- a. *Grassroots Journalism*. Jurnanisme Akar Rumput
- b. *Networked Journalism*. Jurnanisme Berjejaring.
- c. *Open Source Journalism*. Jurnanisme Sumber Terbuka.

- d. *Citizen Media*. Media Warga.
- e. *Participatory Journalism*. Jurnalisme Partisipasi.
- f. *Hyperlocal Journalism*. Jurnalisme Sangat Lokal.
- g. *Bottom-Up Journalism*. Jurnalisme Bawah-ke-Atas.
- h. *Stand-Alone Journalism*. Jurnalisme Mandiri.
- i. *Distributed Journalism*. Jurnalisme Terdistribusi.

### **2.5.1 Jenis Jenis Citizen Journalism**

Menurut Steve Outing (2005) dalam Kusumaningati (2012) terdapat beberapa jenis-jenis *Citizen Journalism*, yaitu sebagai berikut

- a. *Opening Up to Public Comment*. Situs di internet menyediakan tempat (kolom) komentar dari publik. Pembaca diperbolehkan untuk bereaksi, mengkritik, memuji, atau memberi tambahan ke dalam berita yang ditulis oleh jurnalis profesional dalam kolom tersebut.
- b. *The Citizen Add-On Reporter*. Menambahkan pendapat warga sebagai bagian berita yang ditulis oleh jurnalis profesional. Warga diminta menuliskan pengalamannya yang berkaitan dengan berita tersebut.
- c. *Open-Source Reporting*. Sebuah bentuk kolaborasi liputan dengan sumber terbuka, di mana jurnalis profesional bekerja sama dengan pembaca yang memiliki pengetahuan tentang sesuatu masalah yang sedang terjadi, saling melengkapi dalam menghasilkan sebuah berita yang akurat. Berita tetap ditulis oleh reporter profesional.
- d. *The Citizen Bloghouse*. Bloghouse warga merupakan blog-blog gratis yang dimiliki oleh setiap orang yang kemudian dapat digunakan untuk



menuangkan cerita maupun gagasan kepada khalayak umum di seluruh penjuru dunia. Contoh: Blogspot.com, WordPress.com, Multiply.com

- e. *Newsroom Citizen 'Transparency' Blogs*. Sebuah blog yang dimiliki oleh sebuah organisasi media sebagai bentuk transparansi dan komunikasi dengan pembacanya. Keluhan, kritik, atau pujian terhadap apa yang ditampilkan organisasi media tersebut dapat disampaikan di sini.
- f. *The Stand Alone Citizen Journalism Site: Edited Version*. Laporan berita melalui warga melalui proses penyuntingan. Berita yang masuk melalui proses penyuntingan terlebih dahulu, dengan tetap mempertahankan keaslian tulisan citizen.liputan6.com.
- g. *The Stand Alone Citizen Journalism Site: United Version*. Laporan berita dari sebuah warga pada sebuah situs, tanpa melalui proses penyuntingan. Dalam versi ini, berita bisa langsung muncul seketika setelah diposting. Contoh: Kompasiana.com.
- h. *Add a Print Edition*. Merupakan gabungan dari *The Stand Alone Citizen Journalism Site* dengan edisi cetak.
- i. *The Hybrid: Pro + Citizen Journalism*. Penggabungan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Berita dari jurnalis profesional diperlukan sama dengan berita dari jurnalis warga. Contoh: OhmyNews.com
- j. *Integrating Citizen and Pro Journalism Under One Roof*. Penggabungan jurnalis profesional dengan jurnalis warga dalam

satu atap. Menggunakan jurnalis profesional, namun juga menerima tulisan dari jurnalis warga.

- k. *Wiki Journalism: Where the Readers are Editors*. Jurnalisme Wiki adalah model jurnalisme yang menempatkan pembaca sebagai penyunting. Setiap orang bisa menulis, menyunting, maupun memberi komentar pada tulisan. Model jurnalisme ini dipopulerkan oleh Wikipedia. Contoh: wikipedia.org, wikimu.com.

Sama halnya dengan jurnalistik tradisional, pada *Citizen Journalism* pun dibutuhkan sebuah gambar video atau foto untuk melengkapi suatu berita yang akan disampaikan kepada masyarakat.

## 2.6 Tinjauan Tentang Fotografi

Menurut Holin Sulistiyo dalam Pengantar Fotografi (2011), menjelaskan bahwa fotografi atau dalam bahasa Inggris: *photography*, terdiri dari dua buah kata Yunani yaitu *phōs* yang berarti cahaya dan *graphé* yang berarti garis atau gambar. Secara harfiah fotografi dapat bermakna “menggambar dengan cahaya” dalam Bahasa Indonesia. Fotografi sendiri dapat didefinisikan dengan menggunakan berbagai cara pandang, baik cara pandang seni, ilmu pengetahuan maupun aktivitas atau kegiatan. Hakikatnya fotografi merupakan sebuah proses merekam cahaya atau gelombang elektromagnetik tertentu pada sebuah medium tertentu (dapat berupa media kimia maupun elektronik) menjadi sebuah citra gambar yang bersifat tetap (*durable*).

Foto merupakan alat visual efektif yang dapat memvisualkan sesuatu lebih kongkrit dan akurat, dapat mengatasi ruang, dan waktu. Sesuatu yang terjadi di tempat lain dapat dilihat oleh orang jauh melalui foto setelah kejadian itu berlalu. Pada dasarnya tujuan dan hakekat fotografi adalah komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi antara fotografer dengan penikmatnya, yaitu fotografer sebagai pengantar atau perekam peristiwa untuk disajikan dihadapan khalayak ramai melalui media foto. Fotografi terbagi menjadi dua jenis, yaitu fotografi komersil yang meliputi Wedding Fotografi, Fashion Fotografi, Arsitektur Fotografi, Nature Fotografi, dan jenis lainnya seperti Fotografi Jurnalistik.

## **2.7 Tinjauan Tentang Foto Jurnalistik**

Foto jurnalistik pada dasarnya adalah suatu berita/informasi yang penyajiannya dalam bentuk visual, sekalipun mutlak adanya suatu caption, agar memberikan keterangan lengkap dalam menginformasikan. Kartono Riyadi (editor foto senior pada Harian Kompas) berpendapat “semua foto pada dasarnya adalah dokumentasi, dan foto jurnalistik adalah bagian dari foto dokumentasi. Namun, yang membedakan keduanya terletak pada pilihan apakah foto tersebut dipublikasikan di media massa atau tidak”.

Dari pendapat itu jelas bahwa sifat dari jurnalistik adalah memberikan informasi, bagaimana mungkin foto itu bisa dikatakan foto jurnalistik kalau memang tidak dipublikasikan. Lalu Oscar Motuloh, seorang fotojurnalis terkemuka Indonesia, berpendapat bahwa, “Foto jurnalistik adalah suatu

medium sajian informasi untuk menyampaikan beragam bukti visual atas berbagai peristiwa kepada masyarakat seluas-luasnya secara cepat". Senada dengan Kartono Riyadi yang mempersyaratkan adanya suatu publikasi dalam rangkaiannya, beliau juga menambahkan sifat dari publikasinya yang terkait dengan jenis berita *hard news*, dimana harus disampaikan secepat mungkin, karena sebagai apapun sebuah foto akan menjadi basi jika ia terlambat dalam menyampaikan.

### **2.7.1 Jenis Foto Jurnalistik**

Foto jurnalistik sendiri terbagi menjadi beberapa kategori:

- a. Foto *Hard News*, yaitu suatu jenis foto terkait dengan suatu peristiwa atau kejadian yang terjadi saat itu juga, tanpa adanya suatu perencanaan terlebih dahulu. Jenis foto ini sifatnya harus segera dipublikasikan
- b. Foto *Features*, yakni foto kategori ini disebut juga sebagai foto softnews, karena tak terlalu terikat waktu dalam pemuatannya. Ini beda dengan foto hardnews yang harus disampaikan secepat mungkin.
- c. Foto *Portrait*, foto yang menggambarkan tentang manusia. Foto portrait adalah satu-satunya foto yg tak bisa digantikan dengan kata-kata sebab menyangkut wajah manusia dan karakter manusia
- d. Foto *Ilustrasi*, yakni merupakan foto yg sengaja dibuat untuk melengkapi sebuah tulisan. (Alwi dalam Foto Jurnalistik, Metode Memotret dan Mengirim Foto ke Media Massa 2004)

Sedangkan dalam pembagiannya menurut WPP (*Word Press Photo*), organisasi internasional penyelenggara lomba tahunan foto jurnalistik tingkat dunia yang bermarkas di Netherlan Belanda, foto jurnalistik terbagi menjadi beberapa kategori:

- a. *Spot News*, foto-foto insidental/ tanpa perencanaan sebelumnya
- b. *General News*, foto yang telah terjadwal sebelumnya
- c. *People in the News*, adalah sebuah sajian foto tentang manusia (orang) yang menjadi sorotan di sebuah berita. Kecenderungan yang disajikan lebih keprofil atau sosok seseorang
- d. *Daily Life*, tentang segala aktifitas manusia yang mampu menggugah perasaan dalam kesehariannya, lebih ke human interest
- e. *Sosial & Environment*, foto yang menggambarkan tentang sosial kehidupan masyarakat dengan lingkungan hidupnya
- f. *Art and Culture*, foto yang dibuat menyangkut seni dan budaya secara luas
- g. *Science & Technology*, foto yang menyangkut perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan di muka bumi.
- h. *Portraiture*, foto yang menggambarkan sosok wajah seseorang baik secara *close up* maupu secama medium shot. Foto ditampilkan karena kekhasan pada wajah yang dimilikinya.
- i. *Sport*, foto yang dibuat dari peristiwa olahraga dari seluruh cabang olahraga apa saja. Baik olahraga tradisional maupun olahraga yang telah banyak dikenal oleh awam.

### 2.7.2 Nilai Foto Jurnalistik

Untuk menilai layaknnya sebuah foto untuk dimuat dalam sebuah media, Menurut ketua divisi foto jurnalistik The Photographic Society of America (PSA), Randy Carr, APSA, EPSA, sebuah foto jurnalistik harus memuat beberapa nilai sebagai berikut, yaitu:

a. Informatif

Foto jurnalistik harus mampu memberikan informasi kepada yang melihatnya. Pengertian informatif bagi tiap foto perlu ukuran khas. Sedikit berbeda dengan sebuah penulisan yang menuntut unsur 5W + 1H dalam suatu paket yang kompak, maka dalam sebuah foto jurnalistik minimal unsur *what* (apa) atau *who* (siapa), jika itu menyangkut tokoh dalam sebuah peristiwa. Keterangan selanjutnya untuk melengkapi unsur 5W + 1H (sebagai pelengkap informasi) ditulis pada caption (keterangan foto).

b. *Human Interest*

Berkaitan dengan salah satu fungsi pers sendiri yang bertugas mendidik, menghibur, dan kontrol sosial maka hendaknya suatu foto berita dalam penerbitan tentunya harus mengandung misi kemanusiaan sehingga merangsang publik untuk menghargai apa yang patut dihargai atau sebaliknya menggugah kesadaran mereka untuk memperbaiki apa yang dianggap salah atau tidak sesuai aturan atau norma.

c. Faktual

Subyek foto tidak dibuat-buat atau dalam pengertian diatur sedemikian rupa. Rekaman peristiwa terjadi spontan sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya, karena ini berkaitan dengan suatu kejujuran. Foto tersebut juga tidak boleh dilakukan manipulasi digital.

d. *Pictorial Quality*

Kualitas gambar agar menarik untuk dilihat merupakan sebuah point tambahan bagi sebuah foto. Kualitas tersebut dapat dilihat dari komposisi, angle foto, warna, ekspresi obyek.

Keempat nilai inilah yang nantinya akan peneliti pakai untuk menganalisis apakah foto dalam konten *Citizen Journalism* pada akun instagram @lampuung sudah memiliki nilai-nilai foto jurnalistik

## 2.8 Tinjauan Tentang Analisis Isi

Analisis isi media kualitatif lebih banyak dipakai untuk meneliti dokumen yang dapat berupa teks, gambar, simbol dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Dalam analisis isi media kualitatif semua jenis data atau dokumen yang dianalisis lebih cenderung disebut dengan istilah “*Text*” apapun bentuknya seperti gambar, tanda (*sign*), simbol, gambar bergerak (*moving image*), dan sebagainya. Atau dengan kata lain yang disebut dokumen dalam analisa isi kualitatif adalah wujud dari representasi simbolik yang dapat direkam/didokumentasikan atau disimpan untuk dianalisis.

Analisis isi media kualitatif ini merujuk pada metode analisis yang integratif dan lebih secara konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah, dan menganalisis dokumen untuk memahami makna, signifikansi, dan relevansinya.

Dalam penelitian kualitatif, penggunaan Analisis Isi lebih banyak ditekankan pada bagaimana simbol-simbol yang ada pada komunikasi itu terbaca dalam interaksi sosial. Sebagaimana penelitian kualitatif lainnya, kredibilitas peneliti menjadi amat penting. Analisis Isi memerlukan peneliti yang mampu menggunakan ketajaman analisisnya untuk merajut fenomena isi komunikasi menjadi fenomena sosial yang terbaca oleh orang pada umumnya.

Disadari bahwa makna simbol dari interaksi amat majemuk, sehingga penafsiran ganda terhadap objek simbol tunggal umumnya menjadi fenomena umum dalam penelitian sosial. Karena itu Analisis Isi menjadi tantangan sangat besar bagi peneliti itu sendiri. Karena itu pemahaman dasar terhadap kultur dimana komunikasi itu terjadi amat penting. Kultur ini menjadi muara yang luas terhadap berbagai macam bentuk komunikasi di masyarakat.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan teori Analisis Isi Kualitatif dikarenakan peneliti menganggap teori ini dapat memperingkas peneliti dalam mencari dan membedah nilai-nilai jurnalistik yang ada dalam sebuah foto.



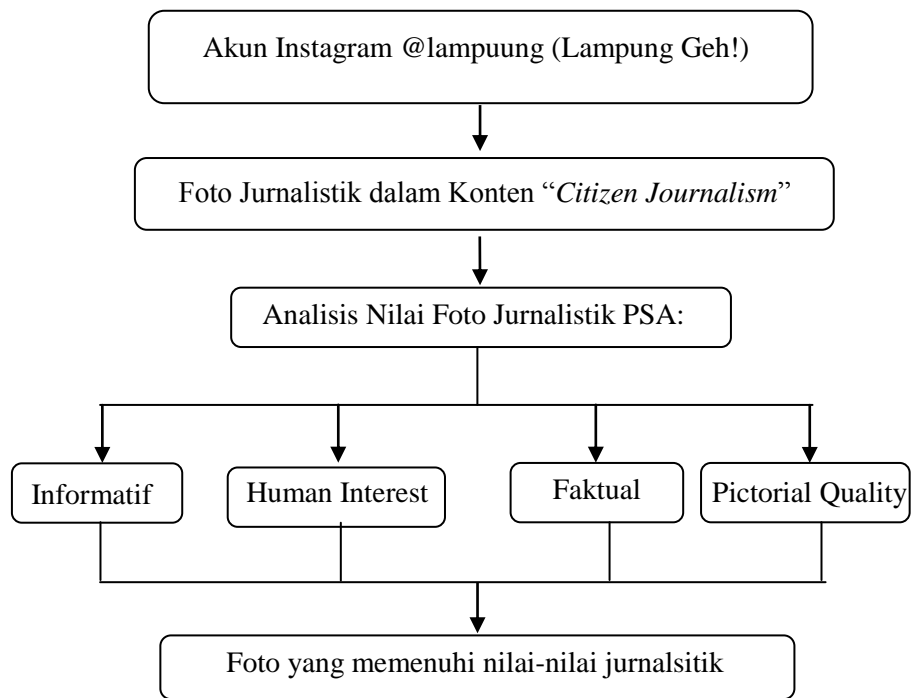
## 2.9 Kerangka Pikir

Sebagaimana yang telah dijelaskan diatas, akun instagram @lampuung merupakan salah satu akun yang memanfaatkan *social media* untuk berbagai informasi, khususnya informasi mengenai Lampung. Akun tersebut berbagi informasi dengan cara merepost postingan masyarakat lampung yang sudah menge-*tag* akun @lampuung.

Foto Jurnalistik dalam konten *Citizen Journalism* pada akun instagram @lampuung menjadi sesuatu yang menarik bagi peneliti, dikarenakan status akun instagram @lampuung itu sendiri yang pada awalnya merupakan akun yang bersisikan foto-foto artistik tentang informasi spot wisata Lampung, kini memiliki sebuah konten *Citizen Journalism* yang berisikan foto-foto jurnalistik. Seperti yang diketahui, foto artistik dan foto jurnalistik itu berbeda, disini peneliti tertarik untuk menganalisis apakah foto jurnalistik dalam konten tersebut sudah memenuhi nilai sebagai foto jurnalistik.

Berdasarkan hal itulah, peneliti tertarik untuk melakukan analisis terhadap foto jurnalistik yang ada pada konten "*Citizen Journalism*", berupa nilai-nilai foto jurnalistik apa saja yang terkandung dalam foto tersebut.

Berikut adalah kerangka pikirnya:



Bagan 2. Kerangka Pikir

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Tipe Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Seperti pendapat yang dikemukakan Bog dan Taylor (1975) dalam Moleong (2002:3) yang menyatakan “metodekualitatif” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sehingga dengan kata lain, penelitian ini disebut penelitian kualitatif karena merupakan penelitian yang tidak mengadakan perhitungan. Penelitian kualitatif harus mempertimbangkan metodologi kualitatif itu sendiri. Metodologi kualitatif merupakan prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa data tertulis atau lisan di masyarakat bahasa (Djajasudarma, 2006). Penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan dan menggambarkan data-data secara sistematis, jelas, faktual serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif. Metode analisis isi cocok digunakan untuk meneliti bentuk komunikasi.

Analisis isi dengan pendekatan kualitatif lebih banyak dipakai untuk meneliti dokumen berupa teks, gambar, simbol dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Analisis isi kualitatif ini merujuk pada metode analisis yang integratif dan lebih konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah, dan menganalisis dokumen untuk memahami makna, signifikansi, dan relevansinya.

### **3.3 Definisi Konseptual**

Definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan (Efendi, 2002). Berdasarkan definisi tersebut maka definisi konsep penelitian ini adalah:

1. Foto Jurnalistik pada Instagram

Foto jurnalistik pada Instagram adalah foto jurnalistik yang diunggah ke media sosial Instagram.

2. Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik adalah foto yang mengandung sebuah berita.

3. Nilai Foto Jurnalistik

Nilai foto jurnalistik adalah suatu nilai yang terkandung dalam foto jurnalistik agar foto jurnalistik tersebut layak dimuat dalam sebuah media.

### 3.4 Kategorisasi

Agar analisis isi memenuhi persyaratan objektivitas, maka terhadap sampel dilakukan kategorisasi sesuai dengan konteks. Kategori yang sistematis berupa kegiatan pengotakan data sesuai dengan unsur-unsur penelitiannya. Hal ini sangat penting, karena dalam analisis isi objektivitas sangat tergantung dari kategori-kategori yang dibuat. Kategori-kategori tersebut akan menghasilkan frekuensi dari pengunggahan foto jurnalistik pada akun instagram @lampuung. Dalam hal ini, peneliti menggunakan kategori-kategori sebagai berikut

#### 1.) Nilai Foto Jurnalistik:

##### a. Informatif

Foto jurnalistik harus mampu memberikan informasi kepada yang melihatnya. Pengertian informatif bagi tiap foto perlu ukuran khas. Sedikit berbeda dengan sebuah penulisan yang menuntut unsur 5W + 1H dalam suatu paket yang kompak, maka dalam sebuah foto jurnalistik minimal unsur *what* (apa) atau *who* (siapa) jika itu menyangkut tokoh dalam sebuah peristiwa. Keterangan selanjutnya untuk melengkapi unsur 5W + 1H (sebagai pelengkap informasi) ditulis pada caption (keterangan foto).

##### b. *Human Interest*

Berkaitan dengan salah satu fungsi pers sendiri yang bertugas mendidik, menghibur, dan kontrol sosial maka hendaknya suatu foto berita dalam penerbitan tentunya harus mengandung misi kemanusiaan

sehingga merangsang publik untuk menghargai apa yang patut dihargai atau sebaliknya menggugah kesadaran mereka untuk memperbaiki apa yang dianggap salah atau tidak sesuai aturan atau norma.

c. Faktual

Subyek foto tidak dibuat-buat atau dalam pengertian diatur sedemikian rupa. Rekaman peristiwa terjadi spontan sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya, karena ini berkaitan dengan suatu kejujuran. Foto tersebut juga tidak boleh dilakukan manipulasi digital.

d. *Pictorial Quality*

Kualitas gambar agar menarik untuk dilihat merupakan sebuah point tambahan bagi sebuah foto. Kualitas tersebut dapat dilihat dari komposisi, angle foto, warna, ekspresi obyek.

Keempat nilai tersebut merupakan ukuran untuk menilai layak nya sebuah foto untuk dimuat dalam sebuah media menurut ketua divisi foto jurnalistik *The Photographic Society of America* (PSA), Randy Carr, APSA, EPSA.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang

dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek (Meleong dalam Herdiansyah, 2010). Dokumentasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan yaitu berupa foto-foto jurnalistik pada konten “*Citizen Journalism*” dalam akun instagram @lampuung

## 2. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengamatan terhadap foto-foto jurnalistik pada konten “*Citizen Journalism*” dalam akun instagram @lampuung (Meleong dalam Herdiansyah, 2010).

### **3.6 Teknik Analisa Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis kualitatif, yang meliputi :

1. Melakukan pengamatan terhadap foto jurnalistik dalam konten *Citizen Journalism* pada akun @lampuung di media sosial instagram.
2. Reduksi data, yaitu bagian dari analisis data dengan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian dan tidak diperlukan.
3. Interpretasi data, yaitu memaparkan fenomena yang ada di media instagram sehingga penulis dapat menarik kesimpulan mengenai foto yang memiliki nilai jurnalistik.

### 3.7 Teknik Keabsahan Data

Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal. Karena itu, triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin perbedaan yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

Menurut Norman K. Denkin dalam Moleong J. Lexy Metodologi Penelitian Kualitatif (2005) mendefinisikan triangulasi di gunakan sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Sampai saat ini, konsep Denkin ini dipakai oleh para peneliti kualitatif di berbagai bidang.

Menurutnya, triangulasi meliputi empat hal, yaitu:

1. Triangulasi metode
2. Triangulasi antar-peneliti
3. Triangulasi sumber data
4. Triangulasi teori



Dalam penelitian ini digunakan Triangulasi antar-peneliti, yaitu dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik ini diakui memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian. Tetapi perlu diperhatikan bahwa orang yang diajak menggali data itu harus yang telah memiliki pengalaman penelitian dan bebas dari konflik kepentingan agar tidak justru merugikan peneliti dan melahirkan bias baru dari triangulasi.

## **BAB IV GAMBARAN UMUM**

### **4.1 Profil Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Berdiri pada tahun 2010, perusahaan Burbn, Inc. merupakan sebuah teknologi *startup* yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam *HTML5 mobile*, namun kedua *CEO*, Kevin Systrom dan juga Mike Krieger, memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja.

Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari Burbn, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final, adalah aplikasi yang sudah dapat digunakan di dalam iPhone, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada

bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Itulah yang akhirnya menjadi Instagram.

#### **4.2 Profil Akun Instagram @lampung (Lampung Geh!)**

Akun Instagram @lampung (Lampung Geh!) merupakan sebuah media informasi yang merangkum semua informasi tentang Lampung, mulai dari berita, tempat wisata, kuliner, acara, tokoh, dan komunitas serta budaya. Informasi yang disajikan dalam bentuk tulisan yang santai dan cocok untuk dibaca oleh semua kalangan, mulai dari remaja, dewasa, hingga orang tua.

Akun @lampung pertama kali dibuat pada tahun 2012 Oleh Bery Decky Saputra. Awalnya akun ini merupakan akun pribadi, namun karena *username* yang dipakai adalah @lampung, maka banyak orang yang menetag akun tersebut. Foto-foto yang ditag pun merupakan foto-foto dari tempat wisata di Lampung.

Berawal dari situlah, maka pada 29 Desember 2015 Berry Decky Saputra bersama satu temannya, M. Adita Saputra, akhirnya berinisiatif untuk menjadikan akun @lampung sebagai akun media informasi tempat wisata yang ada di Lampung. Pada Tahun 2016 akun @lampung pernah mengalami pembajakan yang menyebabkan akun tersebut tidak bisa diakses dan akhirnya pun berubah *username* menjadi @lampung.

Lalu pada awal tahun 2017, tepatnya tanggal 04 Januari akun @lampuung resmi menjadi CV. Lampung Gets Everything Helau dan sudah dilindungi oleh hukum. Hal ini menjadikan akun @lampuung sebagai satu-satunya akun instagram Lampung yang sudah menjadi CV. Hingga saat ini pun akun instagram @lampuung merupakan akun media informasi yang memiliki followers terbanyak di Lampung.



Gambar 2. Logo Lampung Geh

#### **4.2.1 Konten Akun Instagram @lampuung**

Dari awal terbentuk hingga saat ini, akun @lampuung sudah memiliki beberapa konten, diantaranya adalah sebagai berikut

- Informasi Wisata

Konten ini berisikan hasil postingan ulang dari masyarakat mengenai tempat wisata yang sedang hits di wilayah Lampung.

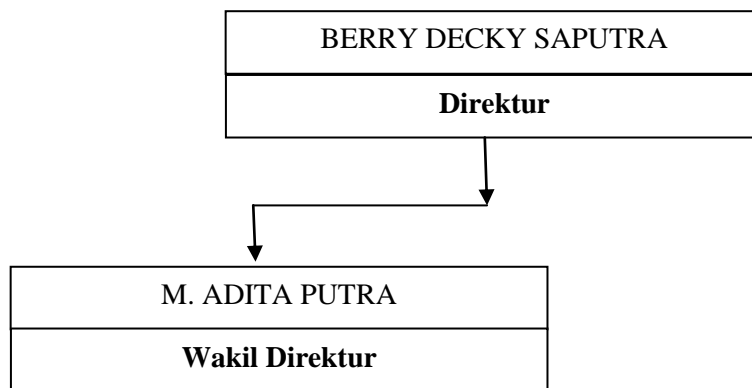
- Info Jakniku

Berisikan informasi kehilangan, baik itu orang, dompet, motor dan lain sebagainya. Konten ini juga berisikan beberapa berita repost dari akun berita.

- Komunitas Kitorang  
Berisikan profile dari berbagai komunitas yang ada di Lampung.  
Konten ini dibuat sebagai ajang promosi komunitas.
- Lampung Punya Acara  
Berisikan informasi mengenai acara-acara yang akan dilaksanakan di wilayah Lampung
- Sanak Lampung  
Berisikan informasi mengenai anak-anak Lampung yang berprestasi, baik di wilayah Lampung maupun yang berprestasi di luar Lampung
- Budaya Kham  
Berisikan informasi mengenai kebudayaan Lampung, seperti makna siger, aksara Lampung, dan berbagai kebudayaan Lampung lainnya.
- Payu Cawa Lampung  
Konten yang bertujuan untuk mengajak masyarakat Lampung agar bisa dan mau berbicara bahasa Lampung
- Peduli Sekelik  
Konten yang berisikan informasi tentang warga Lampung yang sedang membutuhkan bantuan.
- Lampung Beropini  
Konten yang berisikan suatu permasalahan yang sedang ada di Lampung yang nantinya akan didiskusikan oleh para followers.
- Citizen Journalism  
Berisikan informasi berita yang diberikan langsung oleh masyarakat Lampung.

#### 4.2.2 Struktur Organisasi

Sampai saat ini akun Lampung Geh baru terdiri dari dua orang pengurus saja, yang biasa disebut sebagai Admin 1 yaitu Direktur atau Ketua dan Admin 2 Wakil Direktur atau Wakil Ketua.



Bagan 3. Struktur Organisasi Lampung Geh

#### 4.2.3 Visi dan Misi

Adapun visi dan misi dari akun instagram Lampung Geh adalah sebagai berikut:

##### Visi

- Membuat Lampung dekat dengan masyarakatnya melalui satu genggaman.

##### Misi

- Menyediakan informasi yang lengkap dalam semua lini, dikemas untuk dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat.

- Melestarikan dan memperkenalkan budaya Lampung secara luas dan terpadu
- Menjual produk khas Lampung berbasis online
- Bersedia mendengarkan keluhan masyarakat dan siap berkontribusi dalam perubahan untuk Lampung

## **BAB VI** **SIMPULAN DAN SARAN**

### **6.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis foto jurnalistik dalam konten *Citizen Journalism* pada akun instagram @lampung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 10 sample foto yang diunggah ke dalam konten *Citizen Journalism* pada akun instagram @lampung, semua foto tersebut memiliki nilai foto jurnalistik berupa informatif dan faktual. Sedangkan untuk nilai *human interest* dan *pictorial quality* tidak semuanya ada. Hal ini menunjukkan bahwa foto dalam konten *Citizen Journalism* lebih mengutamakan sebuah kecepatan informasi yang terkandung dalam foto tersebut. Tentunya jika ingin menemukan sisi *human interest* dari berita tersebut diperlukan sebuah observasi dan wawancara yang mendalam. Begitupun jika kita ingin mendapatkan sebuah foto yang memiliki nilai *pictorial quality* yang bagus, dibutuhkan konsentrasi dan pemilihan *angle* yang sesuai. Semua hal tersebut membutuhkan waktu yang lama, sedangkan konten *Citizen Journalism* ini mengutamakan sebuah kecepatan informasi. Hal ini yang menyebabkan banyaknya foto yang tidak mengandung nilai *human interest* dan *pictorial quality*



## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pemilik akun instagram @lampuung harus lebih ketat dalam penyaringan foto maupun berita untuk konten citize journalism. Kualitas lebih penting dibandingkan dengan kuantitas.
2. Selain itu, untuk admin instgaram @lampuung harus mempelajari dan memahami lebih dalam mengenai dunia jurnalistik, mengingat kedua admin tidak mempunyai dasar-dasar sebagai jurnalis.
3. Merekrut orang-orang yang lebih paham mengenai dunia jurnalis, dikarenakan untuk saat ini akun @lampuung merupakan akun media informasi terbesar di Lampung dan akan terus berkembang sehingga membutuhkan lebih banyak pengurus yang paham.
4. Bagi masyarakat Lampung agar lebih memahami lagi mengenai cara mengambil foto jurnalistik yang baik dan benar. Agar foto yang diambil lebih mempunyai makna dan nilai seni.
5. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih sebatas menganalisis apakah foto dalam konten *Citizen Journalism* pada akun instagram @lampuung memiliki nilai foto jurnalistik. Sehingga, peneliti menyarankan untuk lebih memperdalam kajian mengenai isi dari konten itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Audy Mirza, Alwi. 2004. *Foto Jurnalistik, Metode Memotret dan Mengirim Foto ke Media Massa*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Kusumaningati, Imam FR. 2012. *Jadi Jurnalis Itu Gampang! (Citizen Journalism)*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Syamsul M. Romli, Asep. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenada Media Group

## SKRIPSI

Al'ali, Fhata Z'af.2011. Analisis Kesesuaian Foto dan Isi Berita dalam Pemberitaan *Development Basketball League* (DBL) Lampung 2011 pada Surat Kabar Harian Radar Lampung. *Skripsi*. FISIP, Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung

Hayati, Hisna Caca.2010. Analisis Penulisan *Lead* Berita pada Website Universitas Lampung <http://www.unila.ac.id/> (Studi pada Periode Bulan Januari-Februari 2010). *Skripsi*. FISIP, Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung.

## INTERNET

<http://www.baticmedia.com/2015/05/perbedaan-media-online-website-media.html>  
diakses pada 30 Maret 2017

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram> diakses pada 16 April 2017

<https://psa-photo.org/index.php?divisions-photojournalism-photojournalism#ad-image-7> diakses pada 20 April 2017

<http://socialblade.com/instagram/> diakses pada 14 Februari 2017

<https://www.slideshare.net/sonityo/makalah-ptinm-participatory-cultures> diakses pada 1 Oktober 2017