

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis ini adalah salah satu ajuan dan perbandingan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan *review* penelitian sejenis.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Lampung tahun 2017, dilakukan oleh Tommy Yuhara dengan judul Analisis Foto Jurnalistik Dalam Konten “*Citizen Journalism*” Pada akun instagram @Lampung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui nilai pada foto jurnalistik dalam konten “*Citizen Journalism*” pada akun instagram @Lampung. Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif tipe deskriptif dengan metode studi kasus, pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang tahun 2014, dilakukan oleh Anggi Sagra Maura dengan judul Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Sharing Tentang Fotografi (Analisis Isi Akun Twitter Komunitas Fotografi Focus Universitas

Muhammadiyah. Peneliti meneliti penggunaan media sosial twitter pada komunitas fotografi Focus Universitas Muhammadiyah Malang untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana twitter dijadikan media sharing tentang fotografi. Teori media richness dan uses and gratification theory adalah teori yang digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan dasar penelitian analisis isi kualitatif. Analisis isi kualitatif digunakan untuk mengkaji konten isi yang ada pada objek-objek komunikasi, yaitu melakukan interpretif terhadap simbol-simbol, logo-logo dan brand yang digunakan di dalam bidang komunikasi. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara dokumentasi yang didapat berupa capture dari bentuk komunikasi yang dilakukan oleh komunitas fotografi Focus Universitas Muhammadiyah Malang melalui media sosial twitter.

Table 1.1

Review Penelitian Terdahulu

Judul Pengguna	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Menggunakan teori yang berbeda
ANALISIS FOTO JURNALISTIK DALAM KONTEN “CITIZEN JOURNALISM” PADA AKUN INSTAGRAM @LAMPUU	Analisis Nilai Foto Jurnalistik PSA:	Deskriptif Kualitatif	Fokus dan pertanyaan Penelitian dalam penelitian ini sama dengan peneliti	Metode Penelitian, yakni sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Persamaan selanjutnya ialah sama-sama

NG				meneliti tentang <i>Citizen Journalism</i> dalam sebuah konten instagram
Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Sharing Tentang Fotografi (Analisis Isi Akun Twitter Komunitas Fotografi Focus Universitas Muhamma diyah.	Teori media richness dan uses and gratification theory	Deskriptif Kualitatif	Objek Penelitian, yakni membahas tentang analisis isi dan sebuah konten di <i>social media</i>	Metode penelitian, penggunaan teori dan metode penelitian yang berbeda, dalam penelitian ini menggunakan teori <i>news media</i>

Sumber : Penelitian Sejenis

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Jurnalistik

2.2.1.1. Definisi Jurnalistik

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam Bahasa Perancis, *journ* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian, jurnalistik bukanlah pers, bukan pula media massa. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik. Jurnalistik Menurut Sunandang dalam bukunya Pengantar Jurnalistik, menyebutkan bahwa:

Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan mengolah, menyusun dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya. (2004:21)

Jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau berkala lainnya (Assegaff, 1983:9). Menurut *Ensiklopedi Indonesia*, jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan kehidupan sehari-hari (pada hakikatnya dalam bentuk penerangan, penafsiran, dan pengkajian) secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada (Sundang, 2004:22). Dalam *Leksikon Komunikasi* dirumuskan, jurnalistik adalah pekerjaan mengumpulkan, menulis, menyunting, dan menyebarkan berita dan karangan untuk

surat kabar, majalah dan media massa lainnya seperti radio dan televisi (Kridalaksana 1977:44)

2.2.1.2. Bentuk Jurnalistik

Dilihat dari segi bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi ke dalam tiga bagian besar:

1) Jurnalistik Media Cetak

Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua factor, yakni factor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraph yang efektif dan komunikatif. Visual, menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan. Dalam perspektif jurnalistik, setiap informasi yang disajikan kepada khalayak, bukan saja harus benar, jelas dan akurat, melainkan juga harus menarik, membangkitkan minat dan selera baca.

2) Jurnalistik Media Elektronik Auditif

Jurnalistik media elektronik auditif atau jurnalistik radio siaran, lebih banyak dipengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal. Verbal berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraph secara efektif dan komunikatif.

Teknologikal, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. Fisikal, erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan.

3) Jurnalistik Media Audiovisual.

Jurnalistik media elektronik audiovisual, atau jurnalistik televisi siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatik. Verbal, berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Visual, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkauan siaran, kualitas suara, dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah. Dramatik, berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan. Aspek dramatik televisi inilah yang tidak dimiliki media massa radio dan surat kabar. Aspek dramatik televisi menggabungkan tiga kekuatan sekaligus; kekuatan gambar, suara, dan kata-kata. Inilah yang disebut efek bersamaan dan efek simultan televisi. Dengan aspek dramatik, seluruh pancaindra khalayak pemirsa bekerja secara optimal. Para pakar komunikasi kerap mengatakan, televisi memiliki daya hipnotis luar biasa, sehingga emosi dan perilaku khalayak dapat dengan mudah dimainkan atau diciptakan dalam seketika. Televisi, secara psikologis dan visual, dapat dengan mudah memindahkan setiap peristiwa yang terjadi di dunia, ke ruang tidur atau ruang

tamu pemirsa pada saat bersamaan (*real time*). Semua lengkap dengan emosi dan aspek-aspek psikologi lainnya.

2.2.2. 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 jurnanisme 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).

2.2.3. 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 yaitu :

- a) Grassroots Journalism. Jurnanisme Akar Rumput

- b) Networked Journalism. Jurnalisme Berjejaring.
- c) Open Source Journalism. Jurnalisme Sumber Terbuka. 21
- 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

2.2.3.1. 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 23 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 jurnalisme tradisional, pada Citizen Journalism pun dibutuhkan sebuah gambar video atau foto untuk melengkapi suatu berita yang akan disampaikan kepada masyarakat.

2.2.3.2. Prinsip Dasar Citizen Journalism

Penelitian ini merupakan studi analisis isi deskriptif terhadap konten “*Citizen Journalism*” pada akun Instagram @Infobandungbarat fokus utamanya adalah segmen *citizen journalism* dengan berdasarkan pada prinsip dasar yang dikemukakan oleh Gillmor dan JD Lesica (Five Basic Principles of Citizen Journalism). Kelima prinsip dasar tersebut adalah :

- 1) Akurasi atau ketepatan (accuracy)

- 2). Kecermatan dan ketelitian (*thoroughness*)
- 3). Transparansi, keterbukaan dalam pembuatan berita (*transparency*)
- 4). Kejujuran (*fairness*)
- 5). Independensi, tidak berpihak dan terkait dengan pihak manapun (*independence*)
(www.bighowgude.com).

Sebuah institusi media massa dan media baru seperti Instagram mempunyai kewenangan dalam memilih, menyunting, dan mengedit tayangan sebuah program. Dalam hal ini, pihak redaksi dari akun instagram @infobandungbarat tentunya melakukan kewenangan tersebut, seperti memilih video *citizen journalism* mana yang layak untuk ditayangkan dan mana yang tidak, juga melakukan pengeditan terhadap video yang kurang baik kualitasnya namun layak untuk ditayangkan dari segi pertimbangan pihak terkait.

2.2.4. Fotografi Jurnalistik

Foto jurnalistik pada dasarnya adalah suatu berita/informasi yang 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 rangkaianannya, beliau juga menambahkan sifat dari publikasinya yang terkait dengan jenis berita hard news, dimana harus disampaikan secepat mungkin, karena secepat apapun sebuah foto akan menjadi basi jika ia terlambat dalam menyampaikan.

2.2.5.1 Jenis Jenis Foto Jurnalistik

Adapun 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 katakata 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)

2.2.4.1. 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 unsurwhat (apa) atauwho (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

2.2.5. Tinjauan 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 profesional 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.

2.2.6. Instagram Sebagai Media Baru

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 14 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.

Gambar 2.1 Perubahan icon pada Instagram



(<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>)

2.2.6.1 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 jari 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.

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 17 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 18 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

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 19 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.

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Analisis Isi

Analisis isi (*Content Analysis*) Secara sederhana diartikan sebagai metode untuk mengumpulkan dan menganalisis muatan isi dari sebuah “teks”. Teks dapat berupa kata-kata, makna gambar, symbol, gagasan, tema, dan bermacam bentuk pesan yang dapat dikomunikasikan. Analisis isi berusaha memahami data bukan sebagai kumpulan peristiwa fisik, tetapi sebagai gejala simbolik untuk mengungkap makna yang terkandung dalam sebuah teks, dan memperoleh pemahaman terhadap pesan yang dipersentasikan.

Analisis isi konten merupakan sebuah teknik ilmiah untuk memaknai teks atau konten. Krippendorff (2004) mendefinisikan analisis isi konten sebagai berikut :

Analisi konten adalah sebuah teknik penelitian untuk menyimpulkan makna teks ataupun melalui prosedur yang dapat dipercayai (reliable), dapat direplikabel atau diaplikasikan dalam konteks yang berbeda (replicable), serta sah. (2004:20)

Krippendorff tidak membatasi teks di dalam definisi tersebut sebatas produk tulisan, tetapi juga “*other meaningful matter*” yaitu produk yang memiliki makna lainnya seperti lukisan, gambar, peta, suara, ataupun simbol. Pendefinisian analisa

konten beragam di kalangan akademisi, setidaknya ada tiga pemaknaan analisa konten berdasarkan sudut pandang konten dan teks itu sendiri:

- a. Definisi analisis konten yang memandang konten bagian dari dalam teks
(definitions that take content to be inherent in a text)
- b. Definisi analisis konten yang memandang konten sebagai sumber dari teks
(definitions that take content to be a property of the source of a text)
- c. Definisi analisis konten yang memandang konten muncul akibat proses seiring peneliti melakukan analisa terhadap teks dalam konteks tertentu *(definitions that take content to emerge in the process of a researcher analyzing a text relative to a particular context)*

Sesuai tujuannya, maka metode analisis isi menjadi pilihan untuk diterapkan pada penelitian yang terkait dengan isi komunikasi dalam sebuah teks. Ada beberapa pertanyaan tipikal yang dapat dijawab dengan menggunakan metode analisis isi , yaitu :

- a) Pertanyaan tentang prioritas atau hal penting dari isi teks, seperti frekuensi, dimensi aturan dari jenis-jenis citra atau cerita dari peristiwa yang dipersentasikan
- b) Pertanyaan tentang “bias” informasi dalam teks, seperti komperasi relaso tentang durasi, frekuensi, prioritas, atau hal yang ditonjolkan dalam berbagai representasi.
- c) Perubahan historis dalam modus representasi. (Philip, 2001:13)

Penelitian analisis isi berusaha melihat konsistensi makna dalam sebuah teks, konsistensi ini dapat dijabarkan pola-pola terstruktur yang dapat membawa peneliti kepada pemahaman tentang sistem nilai dibalik teks itu.

Thomas (2006) memperkenalkan pendekatan induktif untuk menganalisa data secara kualitatif. Menurutnya :

hasil daripada analisis induktif ini sebenarnya mengembangkan kategori-kategori ke dalam sebuah model atau kerangka yang dapat meringkas data mentah yang kompleks. Analisa secara induktif merupakan prosedur untuk menemukan konsep, tema, ataupun model berdasarkan interpretasi analis ataupun peneliti melalui pembacaan yang detail terhadap teks.(2006)

Analisis isi 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. 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.

2.3.2. Teori Difusi Inovasi

2.3.2.1. Pengertian Difusi dan inovasi

Difusi inovasi terdiri dari dua adanan kata yaitu difusi dan inovasi. Rogers(1983) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu system sosial (*the process by which an innovation in communicated through certain channels overtime among the member of social system*). Disamping itu, difusi

juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur fungsi system sosial serta saluran media massa maupun media baru dapat menjangkau khalayak luas secara cepat, menciptakan pengetahuan dan menyebarkan informasi, serta mengarah pada perubahan perilaku meskipun masih minor.

Inovasi adalah suatu gagasan,praktek, atau benda yang dianggap/rasa baru oleh individu atau kelompok masyarakat. ungkapan dianggap baru terhadap suatu ide, praktek atau benda oleh sebagian orang, belum tentu juga pada sebagian yang lain. Semuanya tergantung apa yang dirasakan oleh individu atau kelompok terhadap ide,praktek benda tersebut.

Menurut Harun dan Ardianto suatu Inovasi ialah ide, cara mengerjakan sesuatu, ataupun benda-benda nyata yang dianggap baru oleh calon pengadopsi

2.3.2.2 Elemen Difusi Inovasi

Menurut Rogers (1983) dalam proses difusi inovasi terdapat 4 (empat) elemen pokok, yaitu: suatu inovasi, dikomunikasikan melalui saluran komunikasi tertentu, dalam jangka waktu dan terjadi diantara anggota-anggota suatu sistem sosial.

1) Inovasi (gagasan, tindakan atau barang) yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya.

- 2) Saluran komunikasi, adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.
- 3) Jangka waktu, yakni proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya. Penguatan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam (a) proses pengambilan keputusan inovasi, (b) keinovatifan seseorang (relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi), dan (c) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.
4. Sistem sosial merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama.

2.3.2.3 Proses Putusan Inovasi

Penerimaan atau penolakan suatu inovasi adalah keputusan yang dibuat seseorang/individu dalam menerima suatu inovasi. Menurut Rogers (1983), proses pengambilan keputusan inovasi adalah proses mental dimana seseorang/individu berlalu dari pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi dengan membentuk suatu

sikap terhadap inovasi, sampai memutuskan untuk menolak atau menerima, melaksanakan ide-ide baru dan mengukuhkan terhadap keputusan inovasi. Pada awalnya Rogers (1983) menerangkan bahwa dalam upaya perubahan seseorang untuk mengadopsi suatu perilaku yang baru, terjadi berbagai tahapan pada seseorang tersebut, yaitu:

1. Tahap Awareness (Kesadaran), yaitu tahap seseorang tahu dan sadar ada terdapat suatu inovasi sehingga muncul adanya suatu kesadaran terhadap hal tersebut.
2. Tahap Interest (Keinginan), yaitu tahap seseorang mempertimbangkan atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya tersebut sehingga ia mulai tertarik pada hal tersebut.
3. Tahap Evaluation (Evaluasi), yaitu tahap seseorang membuat putusan apakah ia menolak atau menerima inovasi yang ditawarkan sehingga saat itu ia mulai mengevaluasi.
4. Tahap Trial (Mencoba), yaitu tahap seseorang melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya sehingga ia mulai mencoba suatu perilaku yang baru.
5. Tahap Adoption (Adopsi), yaitu tahap seseorang memastikan atau mengkonfirmasi putusan yang diambilnya sehingga ia mulai mengadopsi perilaku baru tersebut.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah narasi atau pernyataan tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan. Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran dalam sebuah penelitian kualitatif, sangat menentukan proses penelitian secara keseluruhan. Melalui uraian dalam kerangka berpikir, peneliti dapat menjelaskan secara komprehensif variabel-variabel apa saja yang diteliti dan dari teori apa variabel-variabel yang tercantun di dalam rumusan masalah dan identifikasi masalah semakin jelas asal-usulnya.

Uraian atau paparan yang harus dilakukan dalam kerangka berpikir adalah perpaduan antara asumsi-asumsi teoretis dan asumsi-asumsi logika dalam menjelaskan atau memunculkan variabel-variabel yang diteliti serta bagaimana kaitan di antara variabel-variabel tersebut, ketika dihadapkan pada kepentingan untuk mengungkap fenomena atau masalah yang diteliti.

Analisis isi Kualitatif dalam penelitian ini adalah sebuah metode non-reaktif. Maksud non-reaktif adalah tidak melibatkan interaksi subjek karena metode isi digunakan untuk meneliti objek tidak hidup seperti dokumen-dokumen, catatan-catatan, hasil rekaman dan konten dalam sebuah media baru. Analisis isi konten disini merujuk pada sebuah konten *Citizen Journalism* pada akun instagram @infobandungbarat yang memiliki konten *Citizen Journalism* pada akunnya.

Penelitian ini merupakan studi analisis isi deskriptif terhadap Fotografi Jurnalistik dalam sebuah media massa maupun media baru seperti instagram yang

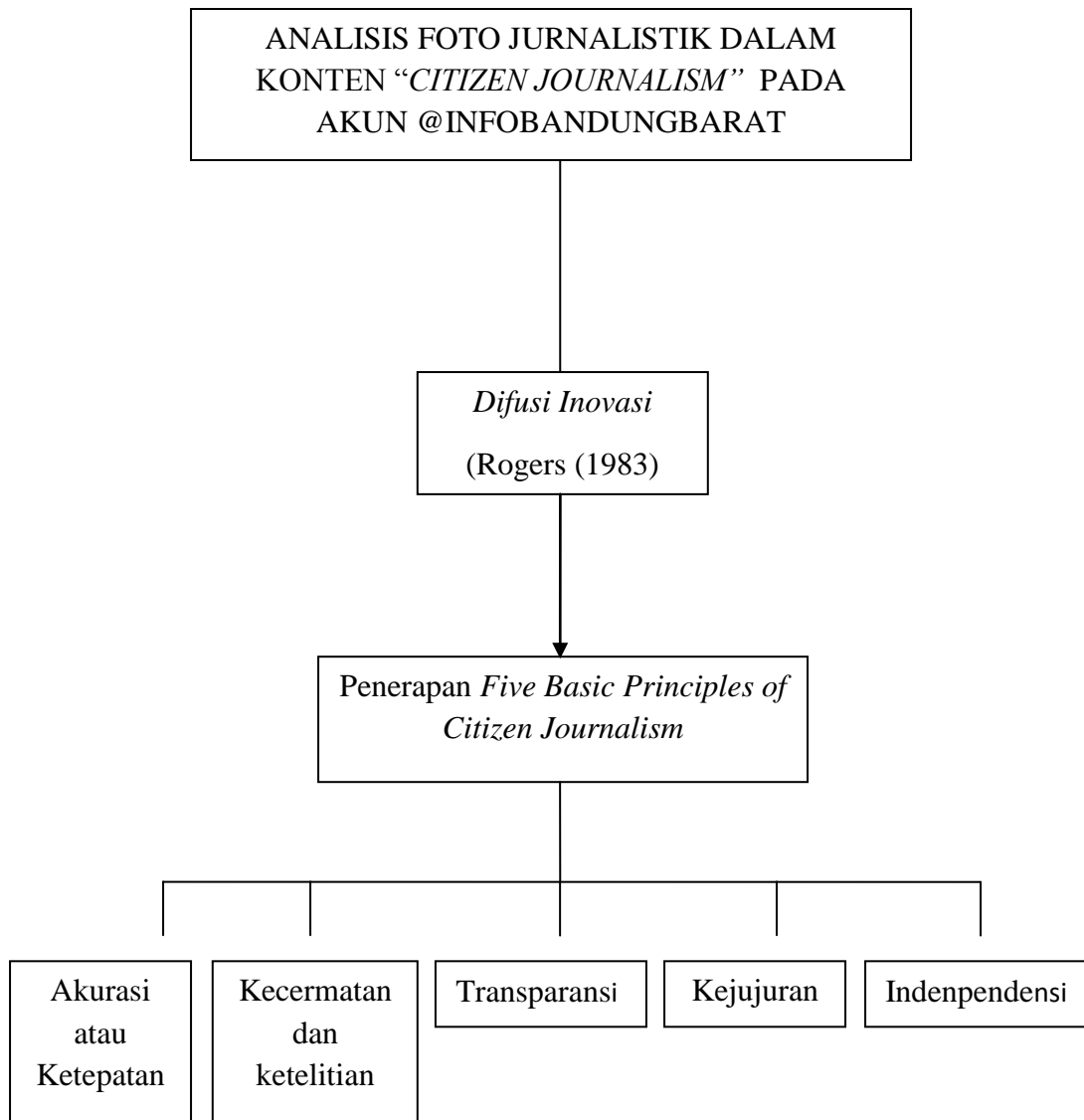
fokus utamanya adalah segmen *citizen journalism* dengan berdasarkan pada prinsip dasar yang dikemukakan oleh Dan Gillmor dan JD Lesica (Five Basic Principles of Citizen Journalism). Kelima prinsip dasar tersebut adalah :

- 1) Akurasi atau ketepatan (accuracy)
- 2) Kecermatan dan ketelitian (thoroughness)
- 3) Transparansi, keterbukaan dalam pembuatan berita (transparency)
4. Kejujuran (fairness)
- 5) Indenpendensi, tidak berpihak dan terkait dengan pihak manapun (independence) (www.bighowgude.com).

Sebuah institusi media baru (*New Media*) seperti instagram yang mempunyai konten berita maupun konten informasi lainnya memiliki kewenangan dalam memilih, menyunting, dan mengedit tayangan sebuah program. Dalam hal ini, pihak redaksi dari konten *citizen journalism* pada akun instagram @infobandungbarat tentunya melakukan kewenangan tersebut, seperti memilih video citizen journalism mana yang layak untuk *diupload* dan mana yang tidak, juga melakukan pengeditan terhadap video yang kurang baik kualitasnya namun layak untuk disebarluaskan dari segi pertimbangan pihak terkait.

Adapun teori *New Media* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Difusi Inovasi, difusi inovasi sendiri memperkuat penelitian ini agar setiap orang memiliki inovasi dalam memilih media yang memberikan informasi, orang tersebut harus mampu memilih mengadopsi sebuah konten yang iya dapatkan dalam media tersebut, diterima atau ditolaknya sebuah konten tersebut maka pengansumsi harus mampu menjadikannya sebuah perbandingan dari media-media yang memberikaan informasi. Untuk lebih jelasnya dalam kerangka pemikiran ini, peneliti kemukakan secara skematis pada bagan di bawah ini :

Gambar 1.3. Bagan Kerangka pemikiran



Sumber : Gillmor dan JD Lesica, Modifikasi Peneliti (2019)