

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki tujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan serta referensi akan sebuah penelitian. Berikut adalah penelitian terdahulu sebagai acuan dan referensi untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Kesimpulan
1.	Kalsum Latupono /2021	Analisis Makna Semiotika Foto Jurnalistik pada Media Online Malukunews.co o	Teori Semiotika Roland Barthes	Metode Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini yakni wartawan Malukunews.co tidak menggunakan Trick Effect dalam pembuatan atau penyimpanan foto berita. Wartawan hanya menunjukkan kejadian dan kegiatan tersebut apa adanya.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dari 30 foto berita peneliti mengambil enam foto sebagai bahan yang dianalisis makna semiotikanya, enam foto tersebut menunjukkan makna Denotasi yang cukup jelas, sedangkan untuk makna konotasi keenam foto tersebut tidak memiliki prosedur semiotika Roland Barthes yaitu trick effect, karena gambar yang ditampilkan diambil secara natural tanpa ada upaya tindakan memanipulasi foto.

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Kesimpulan
2.	Nabiellah Yustikarin i/2019	Analisis Semiotika Foto Pada Akun Instagram @proud.projec t	Teori Semiotika Charles Sanders Peirce	Metode Prnelitia n Deskripti f Kualitatif	Data penelitian ini diperoleh dari hasil Observasi, Studi dokumentasi dan wawancara mendalam kepada ahli fotografi	Kesimpula. analisis menunjukkan bahwa ditemukan beberapa kemiskinan yang terdapat dalam postingan Instagram @proud.project
3.	Tommy Yuranda/2 017	Analisis Foto Jurnalistik Dalam Konten "Citizen Journalism" Pada Akun Instagram @lampuung	Teori Foto Jurnalistik dan Teori Budaya Media Partisipasi	Metode Penelitia n Deskripti f Kualitatif	Hasil penwlitian mwmbuktikan bahwa 10 foto jurnalistik yang menjadi sampel penelitian, semuanya telah mengandung nilai jurnalistik berupa informatif dan actual.	Kesimpulannya adalah 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.
4.	Riyan Apriliadi/ 2019	Fotografi Jurnalistik Dalam Konten "Citizen Journalism" Pada Akun Instagfram @infobandung barat	Teori lima prinsip dasar Citizen Journalis m dan Difusi Inovasi	Metode Penelitia n Deskripti f Kualitatif	Hasil dari penelitian ini yaitu akun @infobandungba rat dapat menjalankan prinsip dasar Citizen Journalism walau akun tersebut tidak diakui oleh badan pers dan menjalankan etika jurnalistik	Kesimpulannya adalan @binfobandungbar at kekurangan crew yang mana hal itu mengakibatkan kurangnya konten yang ada disana dan mengakibatkan kesusahan sang peneliti dalam meneliti judul tersebut.

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Kesimpulan
5.	Iis Ismayati/2 022	Analisis Semiotika Foto Jurnalistik Karya Joshua Irwandi Berjudul <i>The Human Cost Of Covid-19</i> Pada nationalgeogra phic.com	Teori Semiotika Roland Barthes	Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa, tujuan foto tersebut dipublikasikan adalah untuk mengingatkan masyarakat akan bahaya dari Covid-19 dan diharapkan masyarakat mampu menyikapi secara serius dengan mematuhi peraturan yang telah ditetapkan.	Kesimpulan dari analisis Rolan Barthes yang dilakukan oleh peneliti untuk menggunakan makna dari berbagai tanda dalam foto berjudul <i>The Human Cost Of Covid-19</i> , serta diperkuat oleh hasil wawancara dengan Joshua Irwandi.

Penelitian pertama yaitu oleh Kalsum Latupono dengan judul penelitian “Analisis Makna Semiotika Foto Jurnalistik Pada Media Online Malukunews.co”. Perbedaan dengan peneliti tersebut adalah teori yang digunakan, peneliti “Analisis Makna Semiotika Foto Jurnalistik Pada Media Online Malukunews.co” menggunakan teori Semiotika Roland Barthes. Persamaan dengan penelitian tersebut adalah sama-sama menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif.

Penelitian kedua, yaitu oleh Nabiellah Yustikarani dengan judul penelitian “Analisis Semiotika Foto Pada Akun Instagram @proud.project”. Persamaan dengan peneliti tersebut adalah teori dan metode yang digunakan, peneliti “Analisis Semiotika Foto Pada Akun Instagram @proud.project”

menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce dan menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif.

Penelitian ketiga, yaitu oleh Tommy Yuranda dengan judul penelitian “Analisis Foto Jurnalistik Dalam Konten “*Citizen Journalism*” Pada Akun Instagram @lampuung”. Perbedaan dengan peneliti tersebut adalah teori yang digunakan, peneliti “Analisis Foto Jurnalistik Dalam Konten “*Citizen Journalism*” Pada Akun Instagram @lampuung” menggunakan teori Foto Jurnalistik dan Teori Budaya Media Partisipasi. Persamaan dengan penelitian tersebut adalah sama-sama menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif.

Penelitian keempat, yaitu oleh Ryan Apriliadi dengan judul “Fotografi Jurnalistik Dalam Konten “*Citizen Journalism*” pada akun Instagram @infobandungbarat”. Perbedaan dengan peneliti tersebut adalah teori yang digunakan, peneliti “Fotografi Jurnalistik Dalam Konten “*Citizen Journalism*” Pada Akun Instagram @infobandungbarat” menggunakan teori lima prinsip dasar *Citizen Journalism* dan Difusi Inovasi. Persamaan dengan peneliti tersebut adalah sama-sama menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif.

Penelitian kelima, yaitu oleh Iis Ismayati dengan judul “Analisis Semiotika Foto Jurnalistik Karya Joshua Irwandi Berjudul *The Human Cost Of Covid-19* Pada nationalgeographic.com”. Perbedaan dengan peneliti tersebut

adalah teori yang digunakan, peneliti “Analisis Semiotika Foto Jurnalistik Karya Joshua Irwandi Berjudul The Human Cost Of Covid-19 Pada nationalgeographic.com” menggunakan teori Semiotika Roland Barthes. Persamaan dengan peneliti tersebut adalah sama-sama menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif.

Novelty penelitian ini dibanding peneliti terdahulu adalah peneliti terdahulu belum ada yang membahas tentang menganalisis makna foto jurnalistik pada Instagram @natgeoindonesia. Beberapa hanya menganalisis foto pada Instagram berita dan Instagram media online lainnya.

2.2 Teori New Media

Teori *New Media* atau teori media baru adalah teori yang dikembangkan oleh Theory Levy yang mengemukakan bahwa media baru adalah teori yang berhubungan dengan perkembangan media. Ada dua perspektif dalam teori media baru, yang pertama adalah perspektif interaksi sosial, yang memisahkan media dari kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy melihat World Wide Web (WWW) sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis yang memungkinkan orang untuk mengembangkan tren pengetahuan baru dan juga berpartisipasi dalam dunia demokratis yang lebih interaktif dan kooperatif untuk saling berbagi dan memberdayakan.

Media baru ini merupakan salah satu bentuk dari *new media communication*. Yaitu dimana proses interaksi tatap muka dilakukan melalui jaringan internet berbeda dengan interaksi tatap muka yang membutuhkan

kedekatan fisik antar komunikator. Jarak antara komunikasi dan komunikator dapat diatasi dengan hadirnya media komunikasi baru atau *new media communication*, penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan dapat terjadi dengan cepat dan mengingat hadirnya komunikasi media baru memiliki jangkauan yang cukup luas dan dapat mendobrak hambatan dalam komunikasi interpersonal pada umumnya yang membutuhkan kedekatan fisik.¹

Media baru menyandang sebutan “baru” karena menggunakan teknologi yang diperbarui dari media konvensional. Dari sudut pandang teknis, media baru menggunakan teknologi yang lebih canggih dan lebih maju. Dari segi komunikasi, teknologi tersebut memunculkan fungsi-fungsi baru dalam pengiriman pesan, yang tidak dapat ditemui pada media konvensional. Pembaruan tersebut berdampak pada tipe penggunaannya. Jika media konvensional telah menyentuh hampir semua lapisan masyarakat, media baru masih terbatas pada kalangan tertentu, pengguna media baru kebanyakan berasal dari kalangan menengah atas dari segi penghasilan dan tingkat pendidikan biasanya berada pada usia produktif atau dewasa. Namun pada kenyataannya, pengguna aktif media baru tidak terbatas pada orang dewasa, melainkan juga kaum muda.

Media baru telah memosisikan diri sebagai bagian penting dari kehidupan anak muda. Karena dibutuhkan media baru untuk mendukung proses

¹ Dimas, Rambatan. 2020. Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z atau IGeneration di Desa Cawas. Hal 21

komunikasi anak muda dengan teman dan anggota keluarga. Dalam situasi ini, media sosial online lebih diutamakan dan memainkan peran penting dalam kehidupan mereka.

Media online digunakan tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga untuk menyebarkan informasi dan berita. Saat ini, masyarakat lebih mengandalkan media online untuk mencari informasi atau berita. Berdasarkan pemaparan diatas, penulis memahami bahwa Teori New Media adalah teori yang mengembangkan media baru, dikarenakan teknologi semakin canggih maka dibutuhkan juga media yang lebih baik. Oleh karena itu hadirlah Teori *New Media*.

2.3 Makna

Makna merupakan penyampaian suatu arti dalam pembicaraan tertentu yang berdampak pada pemahaman tanggapan, serta tindakan, manusia atau kelompok². Setiap ujaran yang disampaikan baik berupa kata maupun kalimat memiliki makna yang dikaji dalam bidang semantik. Semantic sendiri merupakan keterkaitan antara kata dengan makna dari kata tersebut dan benda atau sesuatu yang menunjuk pada makna di luar dari bahasa tersebut. Makna pada sebuah kata, wacana atau ungkapan ditetapkan dari konteksnya. Cakupan semantic hanya berkenan dengan bahasa sebagai alat komunikasi

² Vera. Nawiroh. 2022. Semiotika Dalam Riset Komunikasi: PT RajaGrafindo Persada. Hal. 51

verbal, karena membahas aspek dan struktur fungsi bahasa semantic yang dapat di kolerasikan dengan ilmu lainnya.

Sedangkan menurut Ferdinand de Saussure, makna diproduksi melalui proses sintagmatis (linear-misalnya kalimat) dan poros paradigmatic (arena tanda-misalnya sinonim), yang ditata di dalam sistem penandaan. Tanda yang di bangun oleh penanda (media) dan petanda (makna), tidak dijelaskan dengan mengacu kepada entitas di dunia nyata, namun ia membangun makna dengan mengacu satu sama lain. Makna adalah konvensi sosial yang diorganisasi melalui relasi antartanda.³

Makna muncul dari hubungan khusus antara kata (sebagai symbol verbal) dan manusia. Makna tidak melekat pada kata-kata, namun kata-kata membangkitkan makna dalam pikiran orang. Jadi tidak ada hubungan antara suatu objek dan symbol yang digunakan untuk merepresentasikannya.

2.4 Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi para pembaca tertentu dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin⁴. Definisi ini menjelaskan bahwa ada pesan tertentu yang terdapat dalam foto tersebut sehingga layak untuk disiarkan kepada masyarakat. Yang bisa diartikan sebagai pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam. Foto jurnalistik

³ Ibid. Hal. 51

⁴ Rita. Gani. 2019. Foto Jurnalistik: Simbiosis Rekatama Media. Hal. 47

atau foto berita memiliki memiliki bahan Garapan yang sangat beragam, mulai dari sebuah kampung yang kumuh, hingga sebuah resepsi yang kemilau di Gedung yang sangat megah. Foto jurnalistik harus memberi pengertian atau informasi baru mengenai tempat-tempat serta kejadian yang belum pernah didatangi oleh public. Itu sebabnya pernah dilukiskan bahwa tujuan foto jurnalistik adalah melihat untuk sejuta umat. Foto jurnalistik tidak lain adalah sebuah berita yang disajikan dalam bentuk foto. Bisa sebagai pendamping tulisan, bisa pula secara tunggal dengan tulisan mimim pendampingnya. Jumlahnya pun bisa satu atau bisa pula lebih, tergantung dari keperluan dan kelayakannya.

Nilai sebuah foto sama halnya dengan sebuah berita (tulisan). Sebuah foto jurnalistik adalah foto dengan kriteria yang mengungkapkan dan melaporkan semua aspek dari suatu kenyataan dengan menyiratkan rumus 5W 1H dapat mewakili ribuan kata atau kalimat.⁵

Syarat umum untuk membuat foto berita dengan baik adalah :

- Memiliki pengetahuan konvensional mempersoalkan isi (picture content, news content)
- Memiliki keterampilan teknis mempersoalkan penyajian teknis yang matang secara fotografi.

⁵ Ibid Hal. 47

Sebuah foto memang tidak bisa melukiskan keterangan-keterangan verbal yang diperoleh wartawan, tetapi dengan kemampuan visualisasi yang disuguhkan, sebuah foto juga bisa mengungkapkan makna yang mendalam.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti memahami bahwa foto jurnalistik adalah komunikasi wartawan dengan orang banyak secara singkat dan segera tentang pandangan terhadap suatu objek melalui foto, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan foto ekspresi pribadi. Foto tersebut bisa sebagai pandangan tulisan, bisa pula secara tunggal dengan tulisan minim mendampinginya. Jumlahnya pun bisa satu dan bisa pula lebih, tergantung dari keperluan khalayaknya.

2.5 Syarat Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik adalah alat visual untuk menangkap, melanjutkan, atau menceritakan suatu peristiwa. Foto jurnalistik memiliki sifat deskriptif (deskriptif) yang memudahkan pembaca untuk mempelajari cerita tanpa harus membacanya terlebih dahulu.

Untuk membantu pembaca memahami komunikasi visual sebuah foto, ada beberapa syarat jurnalistik foto yang harus dipenuhi agar sebuah foto dapat disiarkan, seperti sebagai berikut:⁶

- 1) **Baru.** Isu actual menarik perhatian pembaca, sesuatu yang basi meskipun bagus secara fotografis menjadi kurang berniali. Baru

⁶ Taufan, Wijaya. 2014. Foto Jurnalistik. PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal. 19

juga tidak berarti hal tersebut baru saja terjadi, tapi mungkin saja telah terjadi pada masa lalu tetapi kita baru menyadarinya.

- 2) **Penting.** Pembaca membutuhkan informasi yang penting mengenai lingkungan dan tempat dan dunia tempat mereka tinggal. Sesuatu dianggap penting jika berpengaruh besar bagi kehidupan. Sebuah isu memiliki cakupan local, regional, nasional dan internasional. Semakin tinggi cangkupannya, maka semakin penting sebuah cerita tersebut bagi banyak orang.
- 3) **Menarik.** Segala hal yang menarik adalah berita bagi pembaca. Tidak perlu hal yang atraktif atau menggemparkan, tetapi bisa berupa hal-hal unik diluar kebiasaan. Bagi sebagian manusia, secara alamiah tertarik pada cerita tentang manusia lain yang berupa drama dan sesuatu yang memancing emosi, baik senang maupun duka. Selain itu, beberapa juga tertarik pada segala sesuatu yang sifatnya terhibur.
- 4) **Relevan.** Kebanyakan orang tertarik untuk mengetahui atau membicarakan segala hal yang berpengaruh dalam kehidupannya. Relevansi menjadi bagian dari tubuh suatu berita.
- 5) **Misi.** Hal ini berlaku untuk tujuan atau subjek pengungkahan gambar tersebut, misalnya pada saat terjadi bencana alam, tentunya hal tersebut dimaksudkan untuk mempengaruhi

sentuhan manusia. Beberapa berusaha untuk menginspirasi apresiasi orang terhadap hal-hal yang pantas dihormati, atau sebaliknya, kesediaan mereka untuk mengubah apa yang dianggap tidak pantas oleh masyarakat.

Kemudian beberapa syarat tambahan untuk jurnalis Indonesia antara lain tidak melanggar SARA, sopan, tidak menimbulkan keresahan serta tidak dilarang.

Bagi seorang redaktur foto, Pertimbangan terakhir untuk mengunggah ke editor foto adalah bahwa foto tersebut didedikasikan untuk pembaca, bukan untuk kepuasan fotografer itu sendiri. Untuk memastikan ini, fotografer tidak terlibat dalam pemilihan foto. Namun, fotografer harus memberikan informasi awal sebelum seleksi.

2.6 Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang dapat dilihat oleh pengikut pengunggah foto dan dapat saling berkomentar antar pengguna. Nama Instagram berasal dari kata “insta” yang berasal dari kata instan dan “gram” yang berasal dari kata telegram yang berasal dari namanya, yang dapat diartikan sebagai berbagi gambar dengan orang lain secara cepat dan mudah atau juga dikatakan sebagai alat untuk berbagi atau menginformasikan sesuatu secara praktis. Yang unik dari Instagram adalah fotonya yang berbentuk persegi dan

terlihat seperti kamera Polaroid dan Kodak Instamatic, tidak seperti foto format gambar biasanya.⁷

Gambar yang dapat diunduh dapat diakses melalui galeri album foto atau langsung melalui fungsi kamera bawaan aplikasi Instagram. Pengguna dapat menambahkan teks atau yang biasa disebut *caption* dan filter ke foto mereka. Selain itu, pengguna dapat melakukan *tag* kepada pengguna lain yang berpartisipasi dalam foto tersebut. Hal yang menarik dari Instagram adalah pengguna dapat mengedit gambar yang mereka unggah dengan efek atau *filter* yang sudah ada di Instagram. Dalam versi aslinya, Instagram memiliki 15 efek foto yang bisa digunakan pengguna saat ingin mengedit fotonya. Namun kini Instagram memiliki lebih dari 15 filter.

Instagram adalah salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak di seluruh dunia. Sebagai salah satu media sosial terpopuler, Instagram menawarkan berbagai fitur yang sangat bermanfaat dan dapat digunakan oleh siapa saja tanpa batasan usia. Instagram kini malah merambah ke dunia bisnis dan jualan online dan juga sebagai media tempat memberikan informasi, edukasi serta berita terkini.

Karena pesan berupa foto atau video dapat membuat masyarakat percaya bahwa informasi yang dipublikasikan adalah benar dan dapat dipercaya. Karena foto atau video lebih mudah diingat dan berdampak nyata

⁷ Aditya, Arie Hanggono. 2015. Analisis Atas Praktek Tam (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. Jurnal. Hal. 3

dibandingkan kata-kata. Penggunaan foto dan video dalam berita untuk menyampaikan informasi memegang peranan yang sangat penting dalam menggambarkan peristiwa tersebut. Informasi tentang fenomena dapat membuat penerima pesan lebih percaya pada peristiwa yang terjadi, dan deskripsi peristiwa harus mencakup cerita, misi, pesan, dan makna yang lebih mudah dibaca oleh pembaca.

Instagram dinyatakan menduduki posisi yang cukup unggul sebagai sarana komunikasi dan sarana penyebaran informasi ataupun sarana promosi yang efektif untuk menampilkan promosi dengan deskripsi visual. Instagram mempunyai berbagai fitur yang banyak ditawarkan sebagai layanan yang dapat dimanfaatkan bagi para pengguna dalam rangka memudahkan berinteraksi.⁸

Meskipun sudah banyak yang menggunakan Instagram sebagai media sosial yang sangat populer dan digemari beberapa masyarakat Indonesia, masih banyak orang yang belum mengetahui hal-hal yang ada di dalam Instagram, termasuk fitur dan manfaatnya. Instagram juga dapat digunakan sebagai sarana informasi dan edukasi. Banyak pengguna Instagram yang menggunakan Instagram sebagai sebuah sarana untuk memberikan informasi seperti Instagram @natgeoindonesia yang membahas seputar geografi, budaya dan fenomena dunia. Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti memahami bahwa

⁸ Muhison, Salafudin. 2019. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI PADA TAMAN BACA WIDYA PUSTAKA KABUPATEN PEMALANG". Skripsi. Hal 31

instagram adalah salah satu media online yang sangat sering digunakan sebagai sarana informasi dan edukasi.

2.7 National Geographic

National Geographic, yang sebelumnya disebut National Geographic Magazine, adalah majalah resmi National Geographic Society. Majalah ini telah di terbitkan sejak tahun 1988,⁹ Sembilan bulan setelah pendirian National Geographic Society. Majalah ini biasanya memuat artikel yang terkait dengan geografi, sejarah dan budaya dunia. Majalah ini di terbitkan setiap bulan dan tersedia dalam edisi cetak maupun daring. Pada tahun 2011, majalah National Geographic telah beredar di seluruh dunia dalam empat puluh Bahasa dengan sirkulasi global sebesar 8,3 juta. Sirkulasinya di Amerika Serikat tercatat sekitar 5juta per bulan.

National Geographic *Foundation* didirikan pada 27 Januari 1888 di Amerika Serikat oleh 33 orang yang tertarik untuk memperluas pengetahuan geografi mereka. Gardiner Greene Hubbard menjadi presiden pertama dan kemudian digantikan oleh menantunya, Alexander Graham Bell. Tujuan yayasan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang geografi dunia dan pada akhirnya mensponsori penerbitan majalah bulanan, National Geographic.

⁹ Iis, Ismayato.,2022. Analisis Semiotika Foto Jurnalistik Karya Joshua Irwandi Berjudul The Human Cost Of Covid-19 Pada nationalgeographic.com

Berkantor pusat di *Washington* DC, AS, National Geographic Foundation adalah organisasi pendidikan dan ilmiah nirlaba terbesar di dunia. Yang paling penting adalah National Geographic Foundation, arkeologi dan ilmu alam, kampanye lingkungan dan konservasi monumen, serta studi tentang sejarah dan budaya dunia. Logo Yayasan National Geographic adalah bingkai potret berwarna kuning – berbentuk persegi Panjang – yang muncul di tepi halaman depan majalah National Geographic dan logo channel TV National Geographic Channel. National Geographic juga memiliki website yang menonjolkan konten ekstra dan event-event di seluruh dunia. Berdasarkan pemaparan diatas, penulis memahami tentang National Geographic yang merupakan tempat atau wadah bagi para jurnalis untuk memberikan informasi dan pengetahuan baru seputar geografi dunia.

2.8 Kerangka Berpikir

Proses penelitian didasarkan pada postingan yang terdapat pada instagram @natgeoindonesia yang mana Instagram tersebut mencakup geografi, sejarah, dan budaya Indonesia. Oleh karena itu, peneliti ingin merepresentasikan makna dari beberapa gambar yang diunggah pada postingan Instagram @natgeoindonesia. Penulis melakukan penelitian yang ada pada Instagram @natgeoindonesia dengan menggunakan analisis berdasarkan syarat-syarat foto jurnalistik. Peneliti fokus pada pentingnya foto jurnalistik di beberapa postingan Instagram @natgeoindonesia.



Bagan 2.1 Kerangka Berpikir