

PENGARUH FOTO JURNALISTIK TERHADAP KELENGKAPAN INFORMASI BERITA KOMPAS.COM

¹Rian Putra Pratama, ²Husen Mony

¹⁻²Fakultas Ilmu Komunikasi, Usahid Jakarta, Jl. Prof. Dr. Soepomo SH, No. 84,
Tebet, Jakarta Selatan, 12820
husenmony@gmail.com

ABSTRAK. Foto jurnalistik dituntut memuat informasi atau pesan. Pesan dalam foto jurnalistik bisa sekadar bagian penting dari sebuah peristiwa yang berlangsung singkat, bisa juga sengaja diciptakan fotografer dari cerita dibalik sebuah peristiwa. Esensi pesan menjadi hal yang seolah mutlak lekat dalam praktik foto jurnalistik. Karena secara sederhana dapat dipahami bahwasanya foto jurnalistik adalah foto yang sifatnya informatif dan menarik bagi pembaca, sehingga informasi tersebut dapat tersampaikan pada pembaca dengan sesingkat mungkin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh foto jurnalistik terhadap kelengkapan informasi berita Kompas.com. teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori jarum hipodermik. Metode Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sahid Jakarta yang berjumlah 1,7 juta pembaca, dengan sampel populasinya sebanyak 100 responden. Teknik penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri- ciri yang sudah diketahui sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi tidak mempunyai tanda negatif yang berarti nilai – nilai dari indikator foto jurnalistik ditingkatkan, maka akan mendorong kelengkapan informasi dengan asumsi bahwa nilai variabel bebas lainnya tetap konstan. Oleh karena itu, untuk untuk semakin meningkatkan kelengkapan informasi maka foto jurnalistik harus lebih ditingkatkan lebih baik lagi.

Kata kunci: foto jurnalistik, kelengkapan informasi, berita

ABSTRACT. Photojournalism is required to contain information or messages. Messages in photojournalism can be just an important part of an event that lasts a short time, it can also be deliberately created by the photographer from the story behind an event. The essence of the message becomes something that seems absolutely attached to the practice of photojournalism. Because in a simple way it can be understood that photojournalism is a photo that is informative and interesting to the reader, so that the information can be conveyed to the reader as briefly as possible. This study aims to determine the effect of photojournalism on the completeness of Kompas.com news information. The theory used in this study is the hypodermic needle theory. The research method used is quantitative. The population in this study were Sahid University Jakarta students, totaling 1.7 million readers, with a population sample of 100 respondents. The sampling technique was carried out using purposive sampling, namely sampling based on certain considerations such as population characteristics or previously known characteristics. The results of the study show that the regression coefficient does not have a negative sign, which means that the values of the photojournalism indicators are increased. This will encourage the completeness of the information with the assumption that the values of the other independent variables remain constant. Therefore, to further improve the completeness of information, photojournalism must be further improved.

Keywords: photojournalism, completeness of information, news

PENDAHULUAN

Foto jurnalistik dituntut memuat informasi atau pesan. Pesan dalam foto jurnalistik bisa sekadar bagian penting dari sebuah peristiwa yang berlangsung singkat, bisa juga sengaja diciptakan fotografer dari cerita dibalik sebuah peristiwa (Wijaya, 2011). Esensi pesan menjadi hal yang seolah mutlak lekat dalam praktik foto jurnalistik. Karena secara sederhana dapat dipahami bahwasanya Sebuah realitas yang ditampilkan media lewat medium foto dapat menimbulkan banyak

foto jurnalistik adalah foto yang sifatnya informatif dan menarik bagi pembaca, sehingga informasi tersebut dapat tersampaikan pada pembaca dengan sesingkat mungkin.

Pesan lewat foto yang ditampilkan dalam media massa biasanya mewakili sudut pandang media tersebut dalam melihat isu-isu politik, ekonomi, ataupun fenomena sosial budaya masyarakat yang terjadi.

interpretasi di pikiran pembaca. Hal ini yang kemudian membuat fotografi dalam hal ini

foto jurnalistik kerap menjadi hal yang menarik untuk dianalisis, baik dari segi makna, kaitannya dengan realitas sosial budaya masyarakat, ataupun posisinya sebagai salah satu produk media massa.

Pada tahun 2019 tepatnya di bulan September terjadi sebuah aksi demonstrasi besar-besaran dari berbagai elemen masyarakat seperti mahasiswa dan pelajar. Aksi demonstrasi ini terjadi lantaran adanya Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKHUP) dan revisi Undang-undang Komisi Pemberantasan Korupsi (UU KPK) yang dianggap merugikan masyarakat dan menguntungkan pelaku tindak pidana korupsi, aksi demonstrasi besar-besaran yang berlangsung lebih dari sepekan ini terjadi di depan Gedung DPR/MPR RI dan meluas hingga ke berbagai titik seperti di kawasan Palmerah dan Petamburan serta diwarnai kericuhan hingga terjadi bentrokan dengan aparat kepolisian dan menyebabkan ratusan demonstran mengalami luka ringan hingga berat serta rusaknya sejumlah fasilitas umum.

Imbas peristiwa tersebut, membuat ramai pemberitaan di berbagai media massa yang menimbulkan berbagai macam reaksi dan tanggapan dari masyarakat. Salah satunya sebuah karya yang berhasil diabadikan oleh Pewarta Foto Garry Lotulung yang saat itu bekerja sebagai fotografer untuk media daring kompas.com. Dalam karya foto yang berhasil diabadikan oleh Garry Lotulung menampilkan seorang demonstran bernama Lutfi Alfiandi (21) yang saat itu diduga sebagai pelajar terlihat ikut berhamburan dan berlari sambil memegang bendera Merah Putih saat terjadi bentrokan dengan aparat Kepolisian serta dilakukannya pembubaran dengan tembakan gas air mata.



Garry Lotulung mengabadikan peristiwa tersebut pada hari kedua demonstrasi, tepatnya berlokasi dibelakang Gedung DPR/MPR RI, Palmerah, Jakarta Barat pada tanggal 25 September 2019. Dalam sebuah video yang tayang di kanal YouTube milik kompas.com, Garry awalnya mengaku tidak menyangka karya fotonya jadi banyak perbincangan di berbagai media massa dan sosial.

Kini media masa sudah semakin berkembang dengan penyebutan *Sebuah media baru (New Media)* karena melihat pada gaya hidup masyarakat yang banyak menggunakan media baru tersebut, terlebih lagi Internet, mulai dari sini perjalanan akan sebuah *Platform* komunikasi semakin beragam, jika dahulu hanya sebatas telepon dan sms saja, sekarang sudah terdapat kamera & didukung dengan jaringan internet agar semuanya terhubung dan makin cepat dalam melakukan proses pengiriman data atau pesan.

Web portal adalah situs web yang digunakan untuk tujuan tertentu dan mengarahkan pembaca supaya melihat, membaca, dan berinteraksi dengan informasi pada situs website tersebut. Secara teknis, portal merupakan penyedia layanan informasi khusus untuk menarik minat pembaca agar masuk pada halaman website yang dicari, serta dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti desktop, mobile, dan tablet.

Dalam pembuatan situs website sendiri, tujuan utama adalah meningkatkan keuntungan. Terutama bagi kita yang bergerak di bidang bisnis, pengembangan website juga memberikan dampak positif bagi kenaikan *profit* bisnis dan usaha yang sedang dikembangkan. Terbukti saat ini, banyak

sekali perusahaan baik negeri maupun swasta, startup, dan organisasi yang menggunakan bantuan website sebagai media promosi bagi bisnisnya. Hal tersebut selaras dengan tujuan dibuatnya web portal yang memiliki tujuan penting dalam membangun sebuah bisnis. Biasanya, konten atau isi dari sebuah website disesuaikan dengan kebutuhan user serta produk layanannya.

Selanjutnya, web portal juga memberikan berbagai informasi menarik dan sesuai dengan tujuan bisnis yang dijalankan. Misalnya saja, terdapat situs laman terkait dengan bidang kesehatan. Di dalamnya, menjelaskan mengenai produk kesehatan dan alat kesehatan terbaru yang ditawarkan dengan harga promo. *Nah*, disitulah web memegang peranan dalam menarik minat pembaca untuk masuk dalam website tersebut.

Penggunaan sebuah portal web harus berisi data yang valid dan benar adanya. Ketika anda membuat sebuah situs dengan menampilkan informasi yang palsu atau tidak valid kebenarannya, maka akan memberikan dampak negatif secara tidak langsung pada bisnis dan produk anda. Situs web adalah kumpulan informasi dalam bentuk halaman elektronik atau halaman web. Situs web pada umumnya ditautkan ke alamat bookmark tertentu. Alamat bookmark disebut domain, misalnya. *evomaya.com*, *google.com* atau *facebook.com*. Situs website berita umumnya terdiri dari teks, gambar, tabel, grafik kutipan, video, musik, dan format visual lainnya yang menarik bagi pengunjung situs web. Situs web ini biasanya dapat diakses secara publik. Terkait dengan penelitian ini penulis tertarik ingin mengetahui seberapa besar pengaruh foto jurnalistik terhadap kelengkapan informasi berita Kompas.com.

Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi massa dengan pendekatan pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisinya dalam dua item, yakni: *Pertama*, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukkan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. *Kedua* komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya : televisi, radio siaran, surat kabar, majalah, dan film” (Ardianto, Komala, dkk, 2013).

Secara konseptual (terminologi), jurnalistik mengandung tiga pengertian yakni: 1) jurnalistik sebagai proses “aktivitas” atau “kegiatan” mencari, mengumpulkan, menyusun, mengolah/menulis, mengedit, menyajikan, dan menyebarkan berita kepada khalayak melalui saluran media massa; 2) jurnalistik sebagai “keahlian” (*expertise*) atau “keterampilan” (*skill*) menulis karya jurnalistik (news, views, dan feature), termasuk keahlian dalam pencarian berita, peliputan peristiwa (*reportase*), dan wawancara (*interview*); dan 3) jurnalistik sebagai bagian dari “bidang kajian” komunikasi/publisistik, khususnya mengenai pembuatan dan penyebaran informasi (peristiwa, opini/pendapat, pemikiran, ide/gagasan melalui media massa (cetak, elektronik, dan online). Jurnalistik tergolong ilmu terapan (*applied science*) yang sifatnya dinamis dan terus berkembang, sering perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, serta dinamika masyarakat itu sendiri (Suryawati, 2011). Jurnalistik *online* (*online journalism*) menurut Asep Syamsul dan M. Romli dalam bukunya *jurnalistik online: Panduan Mengelola Media Online* adalah “*cyber journalism* adalah proses jurnalistik yang hasil liputannya disajikan melalui media internet (*cyber media*) atau didefinisikan sebagai pelaporan peristiwa yang diproduksi dan disebarkan melalui internet.” (Syamsul, Romli, 2008)

Fotografi dalam dunia jurnalistik dikenal dengan istilah foto jurnalistik atau foto berita. Sebagaimana pada penjelasan diatas mengenai aliran *journalism photography*, dikatakan sebagai foto berita, sebab unsur dasar dari foto jurnalistik adalah nilai berita yang mutlak terkandung di dalamnya. Foto juga harus memuat informasi 5W+H, yaitu: *what, who, when, where, way + how*, asupan informasi yang harus dipenuhi sehingga dapat dikategorikan sebagai sebuah berita. Foto berita biasanya dilengkapi pula oleh *caption* / keterangan foto. Foto jurnalistik merupakan sajian gambar atau foto yang dapat berdiri sendiri sebagai visualisasi suatu peristiwa. Foto jurnalistik pun dapat menjadi pelengkap dan penguat pesan yang disampaikan dalam berita (Yunus,2010). Sehingga dapat diasumsikan bahwasanya foto jurnalistik atau foto berita dapat memiliki peran ganda, yang pertama sebagai pendamping atau pelengkap berita, selanjutnya disisi lain dapat menjadi berita itu sendiri.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian survei bersifat eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif menurut Jalaludin yaitu “Merupakan serangkaian observasi atau pengukuran dapat dinyatakan dalam angka- angka, dimana kumpulan angka-angka hasil observasi atau pengukuran sedemikian itu dinamakan kuantitatif (Rakhmat, 2001). Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa metode kuantitatif adalah observasi pengumpulan data dari populasi dan sampel untuk mengukur dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dapat mengukur atau menguji minat baca dari audiens terhadap portal berita Kompas.com.

Selain menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini menggunakan metode eksplanatif atau analisis korelasi. Menurut Jalaludin Rakhmat dalam buku yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi, bahwa metode eksplanatif atau analisis korelasi adalah

“meneliti hubungan antara variabel-variabel, dimana meneliti sejauh mana variasi pada faktor lain, kalau dua variabel kita hubungkan korelasinya disebut korelasi sederhana, lebih dari dua kita gunakan korelasi ganda (Rakhmat, 2009). Dengan demikian penelitian dilakukan untuk mengukur satu variabel atau lebih dan juga dilakukan untuk mengukur hubungan (korelasi/pengaruh) antara dua variabel atau lebih.

Dalam pengumpulan data, ada beberapa metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan kepustakaan. Analisis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah Analisis Regresi. Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) atau hubungan fungsional. Menurut Mustikoweni, regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan. Untuk menetapkan kedua variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang dua variable tersebut (Kriyantono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Foto Jurnalistik n = 100

No.	Foto Jurnalistik	F	%
1.	Sangat Baik	17	17%
2.	Baik	32	32%
3.	Cukup Baik	21	21%
4.	Kurang Baik	24	24%
5.	Tidak Baik	6	6%
	Jumlah	100	100%

Sumber Kuesioner Pertanyaan No. 4 – 18

Tabel tersebut menunjukkan hasil penelitian mengenai foto jurnalistik jumlah keseluruhan terbesar diperoleh skor 32% (33 jawaban). Dengan demikian menunjukkan bahwa menurut pembaca media *online* Kompas.com foto jurnalistik pada Kompas.com dikategorikan baik berdasarkan indikator kesegeraan yang berarti pembaca dapat segera mengerti pesan yang disampaikan, ketika melihat sebuah foto jurnalistik, memancing emosi yang berarti foto jurnalistik harus mampu mengungkap ide dan emosi pembacanya. sehingga seringkali ditemukan

perbedaan persepsi yang unik dari orang-orang yang melihat foto tersebut, menyajikan sudut pandang artinya sebuah foto jurnalistik tunggal, akan menyajikan peristiwa hanya dari sebuah sudut pandang. fakta yang diperlihatkan hanya dari satu sisi peristiwa.

Kelengkapan

Informasi n = 100

No.	Kelengkapan Informasi	F	%
1.	Sangat Tinggi	10	10%
2.	Tinggi	22	22%
3.	Cukup Tinggi	37	37%
4.	Kurang Tinggi	24	24%
5.	Tidak Tinggi	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber Kuesioner Pertanyaan No. 19 – 36

Tabel tersebut menunjukkan hasil penelitian mengenai kelengkapan informasi media *online* Kompas.com, jumlah keseluruhan terbesar diperoleh dengan skor 37% (37 responden). Dengan demikian menunjukkan bahwa foto jurnalistik pada Kompas.com memiliki kelengkapan informasi yang cukup tinggi berdasarkan indikator *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *why* (kenapa), *where* (dimana), dan *how* (bagaimana). Kelengkapan informasi dari foto jurnalistik dituntut memuat informasi atau pesan. Pesan dalam foto jurnalistik bisa sekadar bagian penting dari sebuah peristiwa yang berlangsung singkat, bisa juga sengaja diciptakan fotografer dari cerita dibalik sebuah peristiwa. Esensi pesan menjadi hal yang seolah mutlak lekat dalam praktik foto jurnalistik. Karena secara sederhana dapat dipahami bahwasanya foto jurnalistik adalah foto yang sifatnya informatif dan menarik bagi pembaca.

Uji Korelasi dan Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 ^a	.397	.391	6.791
a. Predictors: (Constant), Foto_Jurnalistik				

Sumber Data: Output SPSS

Berdasarkan tabel 39 di atas, hasil

olahan statistik yang dibantu program SPSS windows menunjukkan bahwa uji koefisien korelasi (R) antara variabel X yaitu foto jurnalistik dengan variabel Y yaitu kelengkapan informasi didapat sebesar 0,630, maka hasil koefisien determinasi R Square (R²) sebesar 0.397. Hal itu menunjukkan bahwa foto jurnalistik memiliki pengaruh sebesar 39,7% (0,397 x 100%) terhadap kelengkapan informasi.

Uji Koefisiensi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.062	4.023		9.460	.000
	Foto_Jurnalistik	.744	.093	.630	8.028	.000
a. Dependent Variable: Kelengkapan_Informasi						

Sumber Data: Output SPSS

Berdasarkan tabel 40 di atas, diperoleh nilai konstanta a = 38,062, sedangkan nilai b = 0,744. Maka dapat disusun model persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

$$Y = 38,062 + 0,744 X$$

Dimana:

Y = Kelengkapan Informasi

X = Foto Jurnalistik

Model persamaan Regresi tersebut di atas menunjukkan bahwa koefisien regresi tidak mempunyai tanda negatif yang berarti nilai – nilai dari indikator foto jurnalistik ditingkatkan, maka akan mendorong keputusan memilih dengan asumsi bahwa nilai variabel bebas lainnya tetap konstan. Peningkatan satu indikator foto jurnalistik, maka diprediksi akan meningkatkan kelengkapan informasi sebesar 0,744. Oleh karena itu, untuk untuk semakin meningkatkan kelengkapan informasi maka foto jurnalistik harus lebih ditingkatkan lebih baik lagi.

Regresi Linier

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	2972.132	1	2972.132	64.456	.000 ^b
	Residual	4518.868	98	46.111		
	Total	7491.000	99			
a. Dependent Variable: Kelengkapan_Informasi						
b. Predictors: (Constant), Foto_Jurnalistik						

Sumber Data: Output SPSS

Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H₀: Tidak ada pengaruh foto jurnalistik terhadap kelengkapan informasi berita Kompas.com.

H_a: Ada pengaruh foto jurnalistik terhadap kelengkapan informasi berita Kompas.com.

Hasil uji empiris pengaruh foto jurnalistik terhadap kelengkapan informasi berita menunjukkan t hitung 8.028 dan p value (sig) sebesar 0,00 yang dibawah alpha 5% artinya ada pengaruh yang signifikan antara pengaruh foto jurnalistik terhadap kelengkapan informasi berita. Hasil penelitian dapat menerima hipotesis yang menyatakan “ada pengaruh foto jurnalistik terhadap kelengkapan informasi berita Kompas.com” nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variabel foto jurnalistik menunjukkan angka sebesar 0,744 yang artinya adalah besaran koefisien foto jurnalistik terhadap keputusan memilih adalah 39,7%. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, dapat dikatakan bahwa foto jurnalistik berpengaruh terhadap kelengkapan informasi berita pembaca Kompas.com pengaruh tersebut dipengaruhi oleh kesegeraan yang berarti pembaca dapat segera mengerti pesan yang disampaikan, ketika melihat sebuah foto jurnalistik, memancing emosi yang berarti foto jurnalistik harus mampu mengungkap ide dan emosi pembacanya. sehingga seringkali ditemukan perbedaan persepsi yang unik dari orang-orang yang melihat foto tersebut, menyajikan sudut pandang artinya sebuah foto jurnalistik tunggal, akan menyajikan peristiwa hanya dari sebuah sudut pandang. fakta yang diperlihatkan hanya dari satu sisi peristiwa. Kelengkapan informasi dari foto jurnalistik dituntut memuat informasi atau pesan. Pesan dalam foto jurnalistik bisa sekadar bagian penting

dari sebuah peristiwa yang berlangsung singkat, bisa juga sengaja diciptakan fotografer dari cerita dibalik sebuah peristiwa. Esensi pesan menjadi hal yang seolah mutlak lekat dalam praktik foto jurnalistik. Karena secara sederhana dapat dipahami bahwasanya foto jurnalistik adalah foto yang sifatnya informatif dan menarik bagi pembaca.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang “pengaruh foto jurnalistik terhadap kelengkapan informasi berita Kompas.com” maka dapat disimpulkan sebagai berikut, menurut pembaca media *online* Kompas.com foto jurnalistik pada Kompas.com dikategorikan baik berdasarkan indikator kesegeraan yang berarti pembaca dapat segera mengerti pesan yang disampaikan, ketika melihat sebuah foto jurnalistik, memancing emosi yang berarti foto jurnalistik harus mampu mengungkap ide dan emosi pembacanya. sehingga seringkali ditemukan perbedaan persepsi yang unik dari orang-orang yang melihat foto tersebut, menyajikan sudut pandang artinya sebuah foto jurnalistik tunggal, akan menyajikan peristiwa hanya dari sebuah sudut pandang. fakta yang diperlihatkan hanya dari satu sisi peristiwa. Dengan demikian menunjukkan bahwa foto jurnalistik pada Kompas.com memiliki kelengkapan informasi yang cukup tinggi berdasarkan indikator *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *why* (kenapa), *where* (dimana), dan *how* (bagaimana). Kelengkapan informasi dari foto jurnalistik dituntut memuat informasi atau pesan. Pesan dalam foto jurnalistik bisa sekadar bagian penting dari sebuah peristiwa yang berlangsung singkat, bisa juga sengaja diciptakan fotografer dari cerita dibalik sebuah peristiwa. Esensi pesan menjadi hal yang seolah mutlak lekat dalam praktik foto jurnalistik.

Karena secara sederhana dapat dipahami bahwasanya foto jurnalistik adalah foto yang sifatnya informatif dan menarik bagi pembaca. Koefisien regresi tidak mempunyai tanda negatif yang berarti nilai – nilai dari indikator foto jurnalistik ditingkatkan, maka akan mendorong kelengkapan informasi dengan asumsi bahwa nilai variabel bebas lainnya tetap konstan. Peningkatan satu indikator foto jurnalistik, maka diprediksi akan meningkatkan kelengkapan informasi sebesar 0,744. Oleh karena itu, untuk untuk semakin

meningkatkan kelengkapan informasi maka foto jurnalistik harus lebih ditingkatkan lebih baik lagi. Saran dari penelitian ini adalah Diharapkan pada pengaruh foto jurnalistik pada berita Kompas.com tersebut dikemas lebih menarik lagi dengan menyajikan informasi yang lebih beragam agar pembaca mendapatkan ilmu yang bermanfaat. Diharapkan kepada Kompas.com, membuat kanal sendiri untuk foto jurnalistik dan Headlinenya agar pembaca bisa menikmati foto-foto jurnalistik yang telah diambil oleh pewarta foto Kompas.com Diharapkan untuk kedepannya, Kompas.com dapat memberikan informasi kepada pembaca yang lebih mendetail tentang sebuah peristiwa yang terjadi di dalam maupun luar negeri menggunakan foto jurnalistik yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Audy Mirza. 2014. *Foto Jurnalistik: Metode Memotret dan Mengirim Foto ke Media Massa*. Jakarta. PT Bumi Aksara
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dkk. 2013. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung. PT. Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajagrafindo Persada
- Dalman. 2014. *Keterampilan Membaca*. Jakarta. Rajawali Pers
- Effendy, Onong Uchjana. 2012. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. 2012. Bandung. Alumni
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Khalid, Iman. 2011. *The Impact of Media Exposure on Intention to Purchase Green Electronic Products*
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group
- Lister, Martin. 2017. *New media, London, Routledge*
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail* edisi 6 buku 1. Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2015. *Komunikasi Massa*. Bandung. Widya Padjajaran
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Media Siber*. Kencana Prenamedia Group
- Nurudin. 2009. *Jurnalisme Masa Kini*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- Rakhmat, Jalaludin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Saleh, Abdul Rahman Et Al. 2015. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta. Kencana
amongst Lectures. International Journal of Business and Management Vol.6, No.3
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta. Kencana
- Slameto. 2013. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta. PT. Rineka Cipta
- Sugiarto, Atok. 2011. *Fotobiografi Kartono Riyadi: Pendobrak Fotografi Jurnalistik Indonesia Modern*. Jakarta. PT Kompas Media Nusantara
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor. Ghalia Indonesia
- Susanto, Ahmad. 2013. *Teori Belajar dan Pembelajaran Di Sekolah Dasar*. Jakarta. Prenada Media Group
- West, Richard dan H Lynn Turne. 2010. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta. Salemba Humanika
- Wijaya, Taufan. 2011. *Foto Jurnalistik*. Klaten. CV. SAHA