

Analisis Foto Jurnalistik Pada Headline Surat Kabar (Studi Deskriptif Discursive News Value Analysis Pada Foto Headline Lombok Post Periode November-Desember 2022)

Lailatul Fitria¹, Diyah Indiyati², Ida Ayu Sutarini³

Program Studi Ilmu Komunikasi

ABSTRACT

Photographs in mass media are not just supplements but primary messages connected with readers. News value determines events worthy of becoming news, and headline photos play a role in providing visual and textual dimensions that integrate these news values. A study analyzing Lombok Post's headline photos from November-December 2022 focuses on how the newspaper constructs the suitability of headline photos visually and textually based on news value criteria by Bednarek & Caple in "The Discourse of News Values". The applied method is qualitative descriptive with the Discursive News Value Analysis technique. Lombok Post effectively establishes news suitability by combining supportive visual and textual elements. Headline photos, images, and captions not only complement each other but also reinforce interpretations of the same news value, creating consistent and clear reader understanding. The headline photos depict consistent and clear news values, maintaining harmony between titles and images and creating unified comprehension. Lombok Post provides additional context and in-depth explanations regarding news presented through images.

Keywords: Discursive News Value Analysis, headline photos, Lombok Post, news value.

ABSTRAK

Foto di media massa bukan hanya pelengkap, tetapi pesan utama yang terhubung dengan pembaca. Nilai berita menjadi kriteria dalam menentukan peristiwa yang layak diangkat menjadi berita, dan foto headline berperan dalam memberikan dimensi visual dan teks yang mengintegrasikan nilai-nilai berita tersebut. Penelitian analisis foto headline Lombok Post periode November-Desember 2022, berfokus pada bagaimana Lombok Post membangun kelayakan foto headline secara visual dan tekstual berdasarkan kriteria nilai berita oleh Bednarek & Caple dalam "The Discourse of News Values". Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan Teknik Analisis Nilai Berita Diskursif (Discursive News Value Analysis). Lombok Post secara efektif membangun kelayakan berita dengan menggabungkan elemen visual dan teks yang saling mendukung. Foto headline, gambar dan caption tidak hanya saling melengkapi, tetapi juga memperkuat interpretasi nilai berita yang sama, menciptakan pemahaman yang konsisten dan jelas bagi pembaca. Foto headline menggambarkan nilai berita yang konsisten dan jelas, harmonisasi antara judul dan gambar dijaga, menciptakan pemahaman yang konsisten. Lombok Post memberikan konteks tambahan dan penjelasan mendalam terhadap berita yang dipresentasikan melalui gambar.

Kata kunci: Discursive News Value Analysis, foto headline, Lombok Post, nilai berita.

PENDAHULUAN

Foto di media massa tidak hanya berfungsi untuk melengkapi pesan yang diinginkan komunikator tetapi foto tersebut juga merupakan pesan itu sendiri. Sebuah foto yang ditampilkan dalam sebuah surat kabar tidak terlepas dari jurnalistik, yaitu menyebarkan informasi seluas-luasnya (Wardana, 2017). Menurut Wijaya (dalam Laba, 2015), pada dasarnya setiap gambar yang dipublikasikan di media massa disebut foto jurnalistik, termasuk peristiwa yang muncul di media *online* seperti internet. Artinya, setiap produk foto yang layak diberitakan bisa disebut jurnalisme foto. Fotografi jurnalistik bukan sekadar gambar, tetapi seringkali menjadi bagian tak terpisahkan dari pemberitaan. Keduanya saling mempengaruhi, sehingga media cetak terkesan membosankan jika salah satunya tidak ada. Media cetak menjadi halaman mati yang membosankan hanya jika tanpa foto atau gambar.

Menurut Thomas Elliot Berry (dalam Widyatmoko, 2016), foto jurnalistik memiliki sejumlah fungsi. Pertama, untuk mengkomunikasikan berita (*to communicate the news*), foto memiliki nilai yang sangat penting dalam penyampaian berita, bukan sekadar pelengkap atau aksesoris dari pesan yang ingin disampaikan komunikator. Tanpa kehadiran foto, berita tersebut akan terasa hambar. Kedua, foto jurnalistik menimbulkan minat (*to generate interest*). Ketiga, foto jurnalistik berfungsi untuk menonjolkan dimensi lain dari sebuah objek pemotretan yang dipublikasikan (*to give another dimension to a newsworthy figure*). Keempat, foto jurnalistik berfungsi untuk menambah nilai berita (sisi kualitas pemberitaan) tanpa mengurangi arti berita. Kelima, foto jurnalistik dimanfaatkan untuk keperluan tata rias/perwajahan surat kabar dan majalah secara garis besar yang bisa memberikan dampak pada seluruh perwajahan.

Foto jurnalistik juga dapat dianggap sebagai metode komunikasi melalui fotografi sehingga foto jurnalistik menjadi informasi baru atau yang diperlukan masyarakat, baik lokal, regional, nasional maupun internasional. Foto jurnalistik adalah hasil usaha seorang fotografer yang dianggap mampu mengungkapkan sudut pandang sang fotografer, namun pesan komunikasi memiliki cakupan yang jauh lebih luas daripada makna sendiri dari sudut pandang fotografer (Laba, dkk., 2015). Dalam foto jurnalistik, daya tarik gambar menjadi pilar dalam penyebaran informasi. Menyajikan berita dengan gambar cenderung lebih menarik dibandingkan dengan menyajikan berita tanpa gambar. Bahasa gambar juga bisa menjadi penyampai pesan karena dapat memperjelas pesan yang diinginkan berita. Berita yang disajikan dengan atau dalam bentuk foto jurnalistik menyimpan makna dan pesan yang ingin disampaikan.

Foto pada *headline* surat kabar merupakan hal yang penting, karena jika diberi foto maka akan menambah minat surat kabar tersebut. Selain itu *caption* pada foto melengkapi isi foto sehingga pembaca dapat memahami pesan yang disampaikan dalam foto tersebut. Pemilihan foto pada *headline* surat kabar ditentukan oleh editor, foto mana yang cocok dengan berita pada *headline*. Foto utama (*headline*) biasanya ditautkan ke berita utama hingga berita lain yang sudah ada di beranda. Pemilihan

judul foto juga tidak kalah penting berdasarkan kebijakan redaksi dari media yang bersangkutan, baik dari segi visi misi, segmentasi pembaca dan lain-lainnya. Foto *headline* di sebuah surat kabar tidak terlepas dari pemikiran yang sengaja direkonstruksi oleh media itu sendiri. Kerangka berpikir yang dibentuk sangat mempengaruhi bagaimana suatu peristiwa dipahami oleh pembaca. Dari judul foto, kita bisa melihat kemampuan media merekonstruksi realitas.

Foto *headline* di surat kabar tidak terlepas dari adanya kerangka berpikir telah sengaja dibuat oleh media tersebut. Kerangka berpikir sengaja dibentuk guna mempengaruhi bagaimana suatu peristiwa dipahami oleh pembaca. Dari foto *headline* dapat terlihat bagaimana kemampuan media dalam merekonstruksikan realitas peristiwa. Pemimpin serta staf merupakan sebuah kesatuan sistem yang dimiliki oleh surat kabar. Pemimpin redaksi merupakan penanggung jawab atas semua isi publikasi berita. Ranah redaksi merupakan pengendali utama kegiatan, harus memiliki visi yang luas terhadap evolusi situasi politik, ekonomi, sosial dan budaya.

Harian Lombok Post adalah surat kabar daerah yang berkantor pusat di Mataram – Nusa Tenggara Barat. Lombok Post diterbitkan oleh PT Suaranusa Media Pratama yang merupakan bagian dari Jawa Pos Group, yang awal berdirinya berasal dari perusahaan perorangan milik beberapa pengusaha di Lombok yang kemudian dilebur oleh Pemerintah Daerah Tingkat I Nusa Tenggara Barat yang menerbitkan koran Suara Nusa. Koran ini terbit sebulan sekali kemudian mingguan akhirnya harian. Koran Suara Nusa setelah terbit tahun 1985 kemudian mendapat surat izin usaha penerbitan (SIUP) tahun 1986 dengan sk menpen nomor 132 tahun 1986.

Pencapaian Lombok Post hingga Desember 2015 mencapai 72.821 eksemplar setiap hari yang meliputi seluruh NTB, sebagian wilayah Bali, Surabaya dan Jakarta. Kini Lombok Post terus tumbuh melihat jauh kedepan untuk menghadirkan informasi terpilih, terverifikasi dan berkualitas untuk pembaca. Dengan pencapaian yang diperoleh Lombok Post dapat dilihat bahwa media ini telah mampu memberikan informasi yang akurat, relevan dan tepat, yang artinya memberikan informasi tentang peristiwa atau kejadian terkini yang terjadi dengan fakta, menambah wawasan serta pengetahuan masyarakat. Untuk menyajikan berita dengan kualitas dan kriteria yang baik tidak luput perhatian pihak media. Nilai berita/news value juga menjadi tolak ukur dalam penulisan berita.

Nilai berita menjadi kriteria untuk menilai suatu kejadian atau peristiwa yang terjadi menarik untuk diliput dan dijadikan berita. Setiap peristiwa yang terjadi tidak dapat langsung dianggap sebagai sebuah berita. Karena harus ada penilaian terlebih dahulu, untuk menentukan peristiwa tersebut memenuhi kriteria nilai berita. Nilai berita merupakan standar dan nilai yang dapat digunakan wartawan sebagai kriteria dalam praktik jurnalistik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa nilai berita merupakan standar bagi para wartawan dalam menjalankan praktik kerja jurnalistik yaitu produksi

berita. Nilai berita merupakan unsur yang dapat digunakan sebagai ukuran fakta yang layak diberitakan dan disebarluaskan kepada masyarakat melalui media massa.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah, yaitu "bagaimana surat kabar Lombok Post membangun kelayakan pada foto *headline* secara visual maupun tekstual berdasarkan kriteria nilai berita". Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana surat kabar Lombok Post membangun kelayakan pada foto *headline* secara visual maupun tekstual berdasarkan kriteria nilai berita.

METODE PENELITIAN

Metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi postpositivisme, yang digunakan untuk mempelajari kondisi objek yang alamiah (berlawanan dengan eksperimen), dimana peneliti adalah instrumen kuncinya. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk mendeskripsikan, menggambarkan, menjelaskan, dan menjawab secara lebih rinci masalah yang sedang diteliti dengan meneliti sebanyak mungkin orang, kelompok atau peristiwa. Dalam penelitian kualitatif, seseorang adalah instrumen penelitian dan hasil tertulis berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan Teknik Analisis Nilai Berita Diskursif (*Discursive News Value Analysis*) yang menganalisis nilai berita menggunakan analisis wacana guna mengkaji bagaimana nilai-nilai tersebut dikonstruksi melalui sumber *semiotic* (bahasa & gambar). Pendekatan ini melihat nilai berita sebagai nilai-nilai yang telah diakui dalam literatur sebagai pendefinisian kelayakan berita dari peristiwa dan aktor yang dilaporkan (dimana layak diberitakan = layak menjadi berita). Nilai-nilai berita yang dimaksud seperti *Consonance/Stereotype, Eliteness, Impact, Negative, Positive, Personalization, Proximity, Superlativeness, Timeliness, Unexpectedness* dan *Aesthetic Appeal*.

Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti ingin menjelaskan bagaimana surat kabar Lombok Post membangun kelayakan pada foto *headline* secara visual maupun tekstual berdasarkan kriteria nilai berita yang menjadi standar dalam menentukan kelayakan foto untuk digunakan pada *headline* berita. Oleh karena itu, hal ini perlu digali bukan dengan angka atau hitungan, melainkan dengan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teknik dengan mengumpulkan konsep, informasi, jawaban, dan informasi dalam bentuk deskriptif.

Subjek dari Penelitian ini adalah *headline* surat kabar Lombok Post edisi November-Desember 2022. Sedangkan Objek dari Penelitian ini adalah foto *headline* surat kabar Lombok Post yang mencakup foto dan *caption* bukan ilustrasi. Umumnya, ukuran *font* yang sering digunakan untuk judul *headline* koran berkisar antara 24 hingga 72 poin. Namun pada surat kabar Lombok Post berita *headline* ditandai dengan judul yang

menggunakan ukuran *font* lebih besar daripada berita lainnya. Terdapat beberapa kriteria foto *headline* yang akan dianalisis foto yaitu apabila *headline* menggunakan karikatur atau info berupa diagram maka *headline* bukan termasuk objek yang akan diteliti.

Lokasi Penelitian ini adalah di Lombok Post dengan kantor pusat di Mataram, serta Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi NTB. Peneliti memilih lokasi tersebut peneliti dapat memperoleh data secara lengkap. Dalam Penelitian ini data primer bersumber dari berita pada koran Lombok Post berupa foto *headline*. Pada Penelitian ini juga menggunakan data-data sekunder seperti buku *The Discourse of News Values*, buku Jurnalistik Dasar, buku metode Penelitian kualitatif, dan jurnal-jurnal serta artikel-artikel yang berkaitan dengan judul Peneliti.

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen berupa foto jurnalistik *headline* koran Lombok Post periode November-Desember 2022. Karena kumpulan datanya relatif kecil, analisis data secara kualitatif, berdasarkan Bednarek & Caple's (2017) kerangka DNVA dipilih. Analisis dilakukan dalam tiga langkah. Pertama pemilihan sampel berita, pilih sejumlah sampel berita yang akan dianalisis. Sampel ini dapat mencakup berbagai topik atau peristiwa yang relevan. Disini, *headline* diklasifikasikan berdasarkan kriteria yang diteliti yaitu *headline* surat kabar Lombok Post yang memiliki foto. Hal ini dilakukan secara manual dengan cara memeriksa halaman muka surat kabar Lombok Post periode November-Desember 2022.

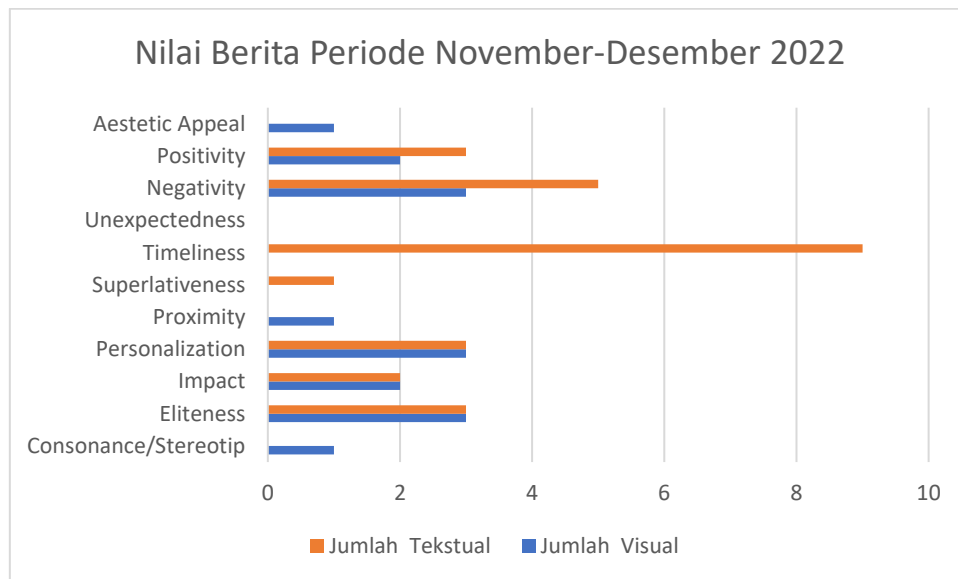
Kedua yaitu Identifikasi Nilai Berita Identifikasi nilai-nilai berita yang muncul dalam setiap berita. Pada tahap ini nilai berita pada foto dan *caption headline* diidentifikasi. Nilai-nilai berita ini yaitu *Consonance/Stereotype, Eliteness, Impact, Negative, Positive, Personalization, Proximity, Superlativeness, Timeliness, Unexpectedness* dan *Aesthetic Appeal*. Disini foto dan *caption* diidentifikasi secara terpisah berdasarkan nilai berita secara visual dan tekstual.

Dan yang terakhir dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai berita mana yang cenderung ditonjolkan untuk membangun kelayakan pada *headline* surat kabar Lombok Post. Meskipun analisisnya sendiri bersifat kualitatif, Bednarek & Caple (2017) menyebutkan frekuensi sebagai penentu ketika mengukur seberapa depan atau belakang sebuah nilai berita dikonstruksikan. Dalam konteks penelitian atau analisis berita, frekuensi digunakan sebagai indikator atau tanda bahwa suatu nilai berita mungkin diberikan lebih banyak perhatian atau penekanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis di atas, foto jurnalistik pada *headline* surat kabar Lombok Post edisi November-Desember 2022, secara keseluruhan cenderung mengarah ke nilai berita *Negativity dan Eliteness* yang dapat dilihat pada tabel 1. Namun perlu digaris bawahi bahwa terdapat perbedaan nilai berita yang dibangun berdasarkan nilai berita

secara visual dan tekstual. Nilai berita yang dibangun secara visual lebih cenderung membangun nilai *Eliteness* (3), *Personalization* (3) & *Negativity* (3). Sedangkan nilai berita tekstual cenderung membangun nilai *Timeliness* (9).



Gambar 1. Chart Nilai Berita Periode November-Desember 2022

Tabel 1. Dominasi Nilai Berita

Berita	Visual	Tekstual	Nilai Berita yang Dominan
Bye-Bye Vaksin Meningitis (09/11/2022)	- <i>Aesthetic Appeal</i> - <i>Stereotip</i> - <i>Proximity</i>	- <i>Positive</i> - <i>Timeliness</i>	<i>Positive</i>
Hentikan Perang Sekarang Juga! (16/11/2022).	- <i>Eliteness</i> - <i>Positive</i>	- <i>Positive</i> - <i>Eliteness</i> - <i>Timeliness</i>	<i>Eliteness</i>
22.198 Rumah Rusak, 151 Orang Masih Hilang (23/11/2022).	- <i>Impact</i> - <i>Negative</i>	- <i>Impact</i> - <i>Negative</i> - <i>Superlativeness</i> - <i>Timeliness</i>	<i>Impact</i>
Pengusaha Melawan! (30/11/2022).	- <i>Personalization</i>	- <i>Personalization</i> - <i>Negative</i> - <i>Timeliness</i>	Negativity
Jamin Tak Ada Lagi Tentara Arogan. (3/12/2022).	- <i>Eliteness</i> - <i>Positive</i>	- <i>Eliteness</i> - <i>Positive</i> - <i>Timeliness</i>	<i>Eliteness</i>
Pemerintah Menolak Mundur. (06/12/2022).	- <i>Negative</i> - <i>Personalization</i>	- <i>Negative</i> - <i>Personalization</i> - <i>Timeliness</i>	Negativity
Pasal Karet Bikin Waswas. (07/12/2022).	- <i>Negative</i> - <i>Personalization</i>	- <i>Negative</i> - <i>Personalization</i> - <i>Timeliness</i>	Negativity
Waspada Teror Bom Bunuh Diri. (08/12/2022).	- <i>Impact</i> - <i>Negative</i>	- <i>Impact</i> - <i>Negative</i>	Negativity

		- <i>Timeliness</i>	
Jumlah Parpol Kian Banyak (Kamis, 15 Desember 2022)	- <i>Eliteness</i>	- <i>Eliteness</i> - <i>Timeliness</i>	<i>Eliteness</i>

Bednarek dan Caple (2017: 132) mengemukakan tiga situasi potensial untuk hubungan verbal-visual dalam teks berita. Nilai berita di bahasa dan gambar dapat memperkuat, melengkapi atau bertentangan satu sama lain. Berdasarkan kutipan ini, ada tiga situasi potensial yang dapat terjadi dalam hubungan antara elemen bahasa dan gambar dalam teks berita.

Memperkuat (*Reinforce*), dalam beberapa kasus, elemen bahasa dan gambar dalam teks berita dapat saling memperkuat atau menguatkan pesan nilai berita. Artinya, gambar dan judul bekerja bersama-sama untuk membangun interpretasi yang serupa tentang nilai berita tertentu. Melengkapi (*Complement*), terkadang gambar dan judul bisa saling melengkapi. Ini berarti bahwa gambar memberikan informasi tambahan atau aspek visual yang mendukung pesan yang disampaikan dalam judul, atau sebaliknya. Bertentangan (*Contradict*), dalam situasi ini gambar dan judul memiliki pesan yang bertentangan atau saling kontradiktif tentang nilai berita. Ini bisa menciptakan ketegangan antara elemen visual dan bahasa dalam memberikan pesan kepada pembaca.

Studi yang disebutkan juga menemukan bahwa meskipun ada sedikit bentrokan aktual dalam konstruksi nilai berita antara bahasa dan gambar, nilai-nilai berita antara judul dan gambar umumnya tidak tumpang tindih secara langsung. Ini berarti bahwa pesan nilai berita yang diungkapkan dalam judul tidak selalu terlihat sepenuhnya dalam gambar yang menyertainya, dan sebaliknya. Analisis semacam itu memberikan wawasan tentang bagaimana bahasa dan gambar bekerja bersama dalam menyampaikan pesan dan nilai berita dalam teks berita. Hal ini juga mencerminkan kompleksitas hubungan antara elemen-elemen berita dalam menciptakan interpretasi dan persepsi yang lebih lengkap.

Beberapa foto *headline* di surat kabar Lombok Post juga terdapat tiga situasi tersebut. Ada beberapa foto secara visual maupun teks memiliki nilai berita yang relevan bahkan ada juga yang memiliki nilai berita yang kurang relevan secara visual dan tekstual. Lombok Post cenderung menggunakan nilai berita yang relevan secara visual dan tekstual untuk membangun kelayakan beritanya. Hal ini dapat kita lihat pada penggunaan nilai berita yang sama antara gambar dan *caption* pada foto *headline* dan kebanyakan foto *headline* pada sampel yang digunakan memiliki nilai berita yang relevan.

KESIMPULAN

Lombok Post pada periode November-Desember 2022 berfokus pada menggunakan foto *headline* yang memiliki relevansi nilai berita baik secara visual maupun tekstual. Hal ini berarti bahwa gambar dan *caption* memiliki pesan yang saling mendukung dan

memperkuat interpretasi nilai berita yang sama dan menciptakan pemahaman yang konsisten dan kuat tentang berita yang disampaikan.

Nilai berita di bahasa dan gambar dapat memperkuat, melengkapi atau bertentangan satu sama lain. Gambar dapat memberikan informasi tambahan yang melengkapi pesan dalam judul yang memungkinkan pembaca untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap tentang berita. Dengan cara ini, Lombok Post menggunakan strategi "memperkuat" (*reinforce*) antara elemen visual dan teks. Berdasarkan data yang diperoleh antara foto dan *caption* telah memiliki nilai berita yang sama antara keduanya.

Surat kabar ini juga memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam judul tidak bertentangan atau saling kontradiktif dengan pesan yang disampaikan dalam gambar. Sehingga dapat menciptakan keselarasan dan kejelasan bagi pembaca mengenai nilai berita yang ingin disampaikan. Lombok Post juga memanfaatkan *caption* atau keterangan gambar dengan bijak. *Caption* tersebut digunakan untuk menjelaskan lebih lanjut atau memberikan konteks tambahan tentang berita yang ditampilkan dalam gambar.

Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa surat kabar Lombok Post membangun kelayakan berita dengan memilih dan menyusun foto *headline* dengan mempertimbangkan kriteria nilai berita dan hubungan antara elemen visual dan teks. Hal ini bertujuan untuk membangun kelayakan berita yang kuat dan menyampaikan pesan yang konsisten kepada pembaca.

SARAN

Berdasarkan hasil Penelitian yang didapatkan, Peneliti memberikan beberapa saran untuk Lombok Post dalam memilih foto *headline* berita, yaitu :

Berdasarkan analisis tentang hubungan verbal-visual dalam teks berita, penting untuk mempertimbangkan sinergi antara elemen bahasa dan gambar. Pastikan bahwa gambar dan judul saling mendukung dan memperkuat pesan yang sama tentang nilai berita. Saat memilih foto *headline*, pastikan bahwa nilai-nilai berita yang ingin disampaikan, seperti *Negativity*, *Eliteness*, *Personalization*, dan lain-lain, tercermin dengan konsisten baik dalam elemen visual maupun tekstual. Manfaatkan *caption* atau keterangan gambar untuk memberikan informasi tambahan atau konteks yang mendukung pesan berita. Ini akan membantu pembaca memahami nilai berita secara lebih lengkap.

Pilih foto *headline* yang memiliki relevansi yang tinggi terhadap isi berita. Pastikan bahwa gambar ini dapat memperkuat dan mendukung pesan yang ingin disampaikan dalam judul. Ketika memilih gambar, perhatikan elemen visual seperti pose, ekspresi wajah, latar belakang, dan sebagainya. Pastikan bahwa elemen visual ini juga berkontribusi dalam mengkomunikasikan nilai-nilai berita yang diinginkan. Pastikan

bahwa nilai-nilai berita yang diinginkan dijaga dengan konsisten dalam elemen visual dan teks. Jangan sampai ada ketidaksesuaian atau kontradiksi antara pesan yang disampaikan dalam gambar dan judul. Setelah merancang foto *headline*, lakukan pengujian dengan berbagai pihak, termasuk rekan kerja atau bahkan pembaca potensial. Dapatkan umpan balik mengenai bagaimana foto tersebut menyampaikan pesan dan nilai berita. Memberikan pelatihan kepada jurnalis dan editor mengenai strategi memilih dan menyusun foto *headline* yang sesuai dengan kriteria nilai berita dan sinergi verbal-visual akan membantu meningkatkan kualitas pemberitaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bednarek, M., & Caple, H. (2017). *The discourse of news values: How news organizations create newsworthiness*. Oxford University Press.
- Laba, K., Rusmiwari, S., & Diahloka, C. (2015). Representase Visi Surat Kabar dalam Foto Jurnalistik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 2(1).
- Sugiyono. (2019). *Buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26 ed.). Bandung, Jawa Barat: Penerbit CV Alfabeta.
- Wardana, D. W. (2017). Disaat Fotografi Jurnalistik Bukan Sekedar Pemberitaan. *Magenta| Official Journal STMK Trisakti*, 1(01), 93-108.
- Widyatmoko, A. T. (2016). Etika menulis dengan cahaya. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 209-218.