

STORYTELLING KOMUNIKASI VISUAL PERNIKAHAN KAESANG DAN ERINA PADA AKUN INSTAGRAM @THEBRIDESTORY

STORYTELLING VISUAL COMMUNICATION OF KAESANG AND ERINA'S WEDDING ON THE INSTAGRAM ACCOUNT @THEBRIDESTORY

Yoga Martilova¹, Yasir², Ringgo Eldapi Yozani³

¹Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau; yoga.martilova7697@grad.unri.ac.id

²Dosen Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau; yasir@lecturer.unri.ac.id

³Dosen Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau; ringgo.eldapi@lecturer.unri.ac.id

Dikirim 5 Januari 2024, Direvisi 12 Maret 2024, Disetujui 29 Maret 2024

Abstrak:Fenomena pernikahan Kaesang & Erina menjadi sorotan menarik perhatian untuk melihat keterkaitannya dengan bisnis *wedding photography* dan *videography*. Penelitian bertujuan untuk menganalisa lebih lanjut tentang sudut pandang narator dalam menceritakan sebuah karya Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina yang diceritakan oleh Bridestory lewat akun instagramnya @thebridestory hingga mendapatkan perhatian dari khalayak ramai. Analisa ini menggunakan teori naratif yang dikembangkan oleh Gérard Genette.

Kata Kunci : *Analisis Naratif, Storytelling, Komunikasi Pemasaran, Bridestory*

Abstract: *The phenomenon of Kaesang & Erina's wedding is in the spotlight, attracting attention to see its connection to the wedding photography and videography business. The research aims to further analyze the narrator's point of view in narrating a work, Kaesang and Erina's wedding series, which is told by Bridestory through its Instagram account @thebridestory so that it gets the attention of the general public. This analysis uses narrative theory developed by Gérard Genette.*

Keywords: *Narrative Analysis, Storytelling, Marketing Communications, Bridestory*

PENDAHULUAN

Fenomena pernikahan Kaesang & Erina menjadi sorotan karena mampu mencuri perhatian lewat pagelaran “*royal wedding*”. Hal ini menarik perhatian untuk melihat keterkaitannya dengan bisnis *wedding photography* dan *videography* melihat beberapa tahun kebelakang nampaknya menjadi salah satu rangkaian yang cukup penting dari persiapan perayaan pernikahan.

Dalam hal ini, Bridestory menjadi direktori pernikahan sekaligus marketplace dengan *followers* terbanyak di Indonesia sebanyak 977.853 *followers* dipilih karena keikutsertaan dalam membantu menghubungkan para profesional

pernikahan dan vendor dengan Kaesang dan Erina.

Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina diceritakan oleh Bridestory lewat akun instagramnya @thebridestory hingga mendapatkan perhatian dari khalayak ramai. Hal ini terlihat dari jumlah *like* yang mencapai angka 53.373 *like* dengan rata-rata 30.284 *like* dari total 31 unggahan untuk karya visual foto dan 285.602 *view* dengan rata-rata 203.236 *view* dari total 9 unggahan untuk karya visual video.

Penelitian ini memilih Bridestory mengingat jumlah *follower* yang dimiliki jauh diatas pesaing-pesainnya dan juga bagaimana cara akun *instagram*-nya yaitu

@thebridestory menceritakan setiap rangkaian pernikahan yang ditangani. Jika dibandingkan dengan kompetitor seperti Wedding Market (lewat akun instagram-nya @weddingmarket_id hanya memiliki 473.000 *followers* dan Seputar Pernikahan lewat akun *instagram*-nya @seputarpernikahan.official dengan 112.000 *followers*).

Sebagai platform media sosial yang berorientasi pada karya visual, *instagram* telah membangun reputasi sebagai saluran komunikasi utama melihat sifat *instagram* yang tidak hanya mengedepankan produk tetapi juga memproyeksikan gaya hidup dari sebuah merek (Lim & Childs, 2020). Pergeseran fokus komunikasi mendorong akun *instagram* @thebridestory untuk mengembangkan strategi konten visual yang efektif untuk dapat menyampaikan pengalaman, hasrat dan emosi dengan cara bercerita lewat sebuah karya foto dan video.

Narasi merupakan sebuah praktik dan seni dalam bercerita lewat ranah visual yang disampaikan dari gambar dan video. Narasi tidak hanya digunakan untuk menceritakan narasi fiksi saja (novel, puisi, cerita rakyat, dongeng, film, musik dan sebagainya), tetapi narasi juga bisa digunakan untuk teks media lain, dalam hal ini adalah media sosial *instagram*. Lewat karya visual cerita ini dapat dirangkai dari satu atau banyak foto dan video yang memiliki kesinambungan satu sama lain. Sehingga siapapun yang melihat dapat mengerti cerita apa yang sedang dibangun dalam gambar dan video.

Walter Fisher (1985) serta Richard West & Lynn H. Tuner (2007) menyebutnya sebagai paradigma naratif (*narrative paradigm*). Paradigma naratif mengemukakan keyakinan bahwa manusia adalah seorang pencerita dan bahwa pertimbangan akan nilai, emosi, dan estetika menjadi dasar keyakinan dan perilaku kita. Dengan kata lain, kita lebih bisa terbujuk oleh sebuah cerita yang bagus dibandingkan oleh sebuah argument

yang baik. Waltyer fisher (1985) juga menyatakan bahwa esensi dari sifat dasar manusia adalah menceritakan kisah. (Sobur, 2016).

Suatu cerita bisa membentuk posisi strategis pada organisasi, dengan mendefinisikan dan menyelaraskan merek dan memastikan bahwa komunikasi bisa memperkuat cerita dan membangun merek. Selain itu, *storytelling* dapat mengikat merek dengan nilai dan emosi, menambahkan otentisitas dan *sense of quality* pada produk serta menjelaskan bagaimana produk dan jasa dibedakan dari kompetitor. (Amelia Trisakti & Alifahmi, 2018).

Masalah utama dalam akun *instagram* @thebridestory terletak pada narasi, yakni struktur penceritaannya. Penelitian ini berusaha menganalisa struktur naratif dari penceritaan visual yang dilakukan oleh akun *instagram* @thebridestory yang dinarasikan mewakili karya visual foto dan video. Melihat sebuah karya visual dalam pernikahan sebagai sebuah objek penceritaan visual untuk memperlihatkan kepada khalayak tentang gambaran pernikahan yang ideal dan sarat akan makna budaya lewat rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina. Disamping itu juga sebagai upaya pertukaran informasi dalam bentuk karya visual sebagai media promosi bagi akun *instagram* @thebridestory. Hal tersebut merupakan fenomena yang menonjol dalam komunikasi media sosial.

Penelitian ini ingin menganalisa lebih lanjut tentang sudut pandang narator dalam menceritakan sebuah karya. Sehubungan dengan hal tersebut, maka analisa ini menggunakan teori naratif yang dikembangkan oleh Gérard Genette. Penggunaan teori naratif Gérard Genette dikarenakan penulis melihat bahwa adanya garis tegas antara sudut pandang narrator dalam teks.

Seperti halnya penelitian terdahulu dari (Gunawan et al., 2010) yang melihat fotografi secara fungsinya sebagai media

komunikasi visual yang melengkapi sebuah informasi. Namun semakin banyak hal yang ingin disampaikan oleh narator maka maknanya pun bisa berbeda tergantung dari penafsiran dari siapa saja yang melihat narasi tersebut.

Konsep naratif tersebut nantinya membawa penelitian ini mempertanyakan tentang bagaimana sebuah narasi dapat menyampaikan cerita kepada khalayak dengan sendirinya. Selaras dengan definisi narasi dari Prince (1982) bahwa “*the representation of at least two real or fictive events or situations in a time sequence, neither of which presupposes or entails the other*”. (Battye, 2014). Selanjutnya, untuk dapat juga memahami

LANDASAN TEORI

A. Paradigma Naratif

Walter Fisher menyatakan secara sederhana bahwa manusia adalah makhluk pencerita. Paradigma naratif mengedepankan keyakinan bahwa manusia adalah seorang pencerita dan bahwa penilaian akan nilai, emosi, dan estetika mendasari keyakinan dan perilaku manusia.

Fisher mengatakan bahwa cerita yang bagus lebih mudah mempersuasi manusia dibanding dengan argumen yang baik. Fisher juga berpendapat bahwa “Cerita mempengaruhi kita, menggerakkan kita, dan membentuk dasar untuk keyakinan dan tindakan kita” West dan Turner (dalam Tantama & Agustiniingsih, 2013).

Lebih lanjut Fisher berpendapat, cerita yang baik dan bagus adalah cerita yang mampu mempersuasi (Griffin, 2011). Paradigma naratif oleh Walter Fisher juga mengklaim bahwa metode komunikasi terbaik yang digunakan untuk menceritakan kejadian yang bermakna adalah *storytelling* dan secara ekstensif klaim tersebut telah dianalisis selama 35 tahun terakhir (Chan, 2022).

pesan komunikasi pemasaran yang terkandung di dalam narasi akun *instagram @thebridestory*.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagaimana penceritaan visual dapat mengandung komunikasi pemasaran sebagai bentuk komersialisasi seperti studi penelitian dari (Han et al., 2010) bahwa “*Wedding Photography tries every efforts to meet customers’ needs for the wedding photos. They will rely on providing best wedding pictures and relative services at the first, and then develop other wedding services step by step in future*”.

B. Teori Naratif Gérard Genette

Genette mengemukakan tiga kategori struktur naratif sebagai dasar pemikirannya, yaitu *tense*, *mood*, dan *voice*. Selanjutnya Genette memecah unsur *tense* menjadi tiga bagian, yaitu *order*, *duration*, dan *frequency*. Maka dari itu, pokok bahasan struktur naratif/penceritaan Gérard Genette terdiri atas lima kategori utama, meliputi (a) urutan naratif (*order*), (b) durasi naratif (*duration*), (c) frekuensi naratif (*frequency*), (d) modus naratif (*mood*), dan (e) suara naratif (*voice*).

Pertama, urutan naratif (*order*) mengacu pada hubungan antara urutan peristiwa dalam cerita dan latar cerita. Kedua, durasi naratif (*duration*) menggambarkan perbedaan antara waktu sebenarnya dari peristiwa tersebut (*story time*) dan waktu yang dibutuhkan narator untuk bercerita (*narrative time*). Ketiga, frekuensi naratif (*frequency*) mengacu pada berapa kali peristiwa itu terjadi dalam cerita dan berapa kali peristiwa itu disebutkan dalam cerita. Keempat, modus naratif (*mood*) yang memfokuskan pada konsep ‘jarak’ (*distance*) dan ‘perspektif’ (*perspective*) atau focalisasi (*focalization*). Kelima, suara naratif (*voice*) mengacu

pada siapa yang bercerita dan apa yang mereka ceritakan. Masing-masing struktur tersebut memiliki bagian-bagian yang menjadi bahan untuk menganalisis wacana naratif.

C. Storytelling Dalam Perspektif Paradigma Naratif

Manusia dipengaruhi konteks dimana mereka terikat. Artinya materi yang dianggap persuasif adalah materi yang dinilai secara spesifik memiliki relevansi dengan personal, bukan materi yang terikat pada logika berpikir. Oleh karena itu, diperlukan adanya sebuah metode guna menilai cerita mana yang dapat dipercaya dan cerita mana yang diabaikan karena tidak dapat dipercaya dengan melihat asas koherensi dan kebenaran.

Koherensi datang dari sebuah cerita, dan dikatakan bertujuan untuk membuat semua orang akan mengerti tentang dasar-dasar pendapat atau poin-poin yang disampaikan sebagai alasan mengapa sebuah cerita dibuat. Sementara Fisher menyatakan bahwa prinsip rasionalitas naratif – lah yang menilai kredibilitas dari sebuah cerita untuk melihat kebenaran (*fidelity*). (Larson, 2007)

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis naratif. Sebuah pendekatan yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme untuk meneliti sebuah kondisi obyek yang bersifat alamiah. Pengumpulan data tidak dipandu secara langsung oleh teori melainkan oleh fakta-fakta lapangan. (Abdussamad, 2021).

Untuk dapat memberikan penjelasan yang lebih mendalam, maka penelitian ini akan memanfaatkan metode analisis naratif sebagai teknik penelitian kualitatif yang menekankan keteguhan isi komunikasi, makna isi komunikasi, serta pembacaan simbol-simbol dan pemaknaan

isi dalam narasi karya visual. (Bungin, 2014).

Penelitian naratif disini bersifat narasi yang menceritakan urutan peristiwa secara terperinci. Mengingat bahwa penelitian naratif menggambarkan kehidupan individu, mengumpulkan cerita tentang kehidupan orang-orang, dan menuliskan cerita pengalaman individu. Clandinin (dalam Darmanita & Yusri, 2020).

Narasi mempunyai struktur yang perlu dibedah dalam sebuah penelitian untuk dapat mengetahui struktur dan substruktur yang ada. Karena narasi merupakan rangkaian Maka dari itu, penelitian ini menggunakan analisis naratif sebagai pisau bedah untuk dapat mengetahui bagaimana peristiwa pembuka dan peristiwa penutup mendapatagainan tampil yang berbeda, bagaimana peristiwa satu dan yang lain dirangkai menjadi satu kesatuan.

Dalam bukunya, Eriyanto menyebutkan bagian penting dalam analisis naratif yang juga akan menjadi pedoman dalam penelitian ini yaitu cerita (*story*) dan alur cerita (*plot*) yang ditampilkan secara eksplisit dalam sebuah teks, dan cerita (*story*) yang merupakan urutan kronologis dari suatu peristiwa.

Akun *instagram* @thebridestory dipilih sebagai objek penelitian karena sejalan dengan permasalahan penelitian. Melihat karya foto dan video sebagai media komunikasi visual dapat dihargai dan dimaknai serta esensinya diterima oleh siapapun yang melihat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Rangkaian Pernikahan Kaesang dan Erina

Pernikahan Kaesang Pangarep dan Erina Gudono adalah salah satu pernikahan yang mendapat atensi publik yang cukup besar. Hal tersebut mengingat Kaesang adalah putera dari Presiden

Republik Indonesia, Joko Widodo. Terlebih Kaesang mempersunting Erina Gudono yang merupakan Puteri Indonesia Tahun 2022 Perwakilan D.I. Yogyakarta.

Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina dikemas dengan tagar #KaesayanganErina oleh The Bride Story lewat akun instagram @Thebridestory. Berikut rangkaian resmi dari pernikahan Kaesang dan Erina:

Tabel 1. Rangkaian Resmi Pernikahan Kaesang dan Erina

| No | Rangkaian Pernikahan | Pelaksanaan |
|----|----------------------|-------------------------|
| 1 | Semaan Al-Qur'an | Kamis, 8 Desember 2022 |
| 2 | Siraman | Jum'at, 9 Desember 2022 |
| 3 | Midodareni | Jum'at, 9 Desember 2022 |
| 4 | Akad Nikah | Sabtu, 10 Desember 2022 |
| 5 | Panggih | Sabtu, 10 Desember 2022 |
| 6 | Kirab | Sabtu, 10 Desember 2022 |
| 7 | Tasyakuran | Sabtu, 10 Desember 2022 |

Sumber: (CNN Indonesia, 2022)

B. Struktur Urutan Naratif

Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram* @thebridestory terdiri atas 40 unggahan. Setiap unggahan berisikan beberapa foto atau video sebagai karya visual dari peristiwa yang dialami oleh Kaesang dan Erina selaku tokoh utama dalam cerita. Akun *instagram* @thebridestory selaku narator menggunakan perpaduan urutan naratif (*order*) dengan jenis anakroni (*anachrony*) dan akroni (*achrony*). Waktu penceritaan atau naratif (*narrative time*) rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram* @thebridestory beralur campuran dilihat dari analisis temporalnya.

Berdasarkan pola formula urutan waktu cerita (*story time*) dan waktu naratif (*narrative time*) yang dikemukakan oleh Ganette, maka formula rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram* @thebridestory adalah sebagai berikut: A1-B2-C3-D4-D4-D4-E5-F6-G7-H8-H8-I9-I9-I9-I9-I9-I9-I9-J9-J10-J10-J9-J11-K11-L11-L11-L11-L11-M11-M11-M11-M11-N11-N11-N11-O11-P10-Q1-R9.

Dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina ini diawali dengan urutan naratif (*order*) akroni (*achrony*) yang mana terdapat frasa “sedang” dalam narasi cerita sebagai berikut:

“Spotted: @erinagudono sedang berkonsultasi dengan @askyfebrianti untuk hari pernikahannya 😊 Ngga sabar ya melihat penampilannya di hari H!” Sumber: (Akun *instagram* @Thebridestory, 2023)

Selanjutnya adalah sampel data terkait pembentukan struktur urutan (*order*) yang membentuk jenis analepsis atau *flashback* sebagai berikut:



Gambar 1. Sampel Unggahan Struktur Urutan Naratif

Data pertama, pada tanggal 10 Desember 2022 akun *instagram* @thebridestory mengunggah postingan moment menuju malam midodareni (Gambar 1) dari sudut pandang Kaesang bersama dengan keluarga besarnya. Secara waktu cerita (*story time*) pelaksanaan prosesi Malam Midodareni dilaksanakan pada tanggal 9 Desember 2022 tepat setelah pelaksanaan Siraman dilakukan. Namun, secara waktu naratif (*narrative time*) oleh akun *instagram* @Thebridestory diceritakan pada 10 Desember 2022. Hal ini menjadikan waktu naratif (*narrative time*) dan waktu cerita (*story time*) tidak lagi runtut dan saling mendahului dan membentuk struktur urutan (*order*) dengan jenis *analepsis*.

Sebagai narator, pola urutan naratif penceritaan anakroni (*anachrony*) pada tingkat analepsis digunakan karena tidak terdapat kesejajaran antara waktu naratif

(*narrative time*) dan waktu cerita (*story time*). Urutan peristiwa besar dari rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram* @thebridestory yang telah disusun berdasarkan waktu cerita (*story time*) yang kemudian diwakili dengan angka dan waktu naratif (*narrative time*) yang kemudian diwakili dengan huruf yang dimaksud pada formula rangkaian.

Struktur urutan naratif (*order*) memungkinkan sebuah peristiwa dapat diceritakan melalui penceritaan atau naratif. Ketika berbicara mengenai pola urutan naratif penceritaan anakroni (*anachrony*) maka berbicara mengenai bentuk ketidaksesuaian antara dua tatanan temporal yaitu cerita (*story*) dan narasi (*narrative*).

Berdasarkan hasil penelitian bahwa akun *instagram* @thebridestory menggunakan pola anakroni (*anachrony*) pada tingkat *analepsis* untuk struktur urutan naratif (*order*) dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina. Anakroni (*anachrony*) dapat dimaknai sebagai penyimpangan urutan dari penceritaan atau narasi yang ketika dibandingkan dengan urutan peristiwa terjadi ketidaksejajaran (Steinby, 2016).

Gerard Genette (1980) juga mendefinisikan anakroni (*anachrony*) sebagai kurangnya korespondensi antara urutan temporal peristiwa dan urutan temporal narasi. Sebagai contoh pada urutan naratif (*order*) yang dilakukan oleh akun *instagram* @thebridestory yang dapat dilihat dari langkah “logis” untuk melihat peristiwa yang bersifat temporal dengan mendefinisikan anakroni (*anachrony*) sehingga dapat dilihat dua arah cerita yang berlawanan di mana peristiwa tersebut terjadi. Adapun yang dimaksud dengan “berlawanan” adalah alur yang maju atau mundur dari waktu naratif “*narrative*” (Steinby, 2016).

Anakroni (*anachrony*) dinilai sebagai teknik naratif yang memiliki peran

komprehensif dalam penceritaan rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina yang dilakukan oleh akun *instagram* @thebridestory melihat posisinya sebagai narator karena mampu pengikut (*followers*) sebagai pembaca dalam memahami rangkaian cerita walaupun berjalan secara tidak sejajar. Hal ini selaras dengan Gerard Genette (1980) yang melihat Anakroni (*anachrony*) dari memoar dan sifat statisnya yang tampak berhubungan satu sama lain karena secara bersamaan muncul dalam ingatan pembaca. Lewin dalam (Hilles, 2021).

Dalam studi naratif waktu cerita (*story time*) dan waktu naratif (*narrative time*) merupakan unsur terpenting sebagai komponen integral dalam sebuah narasi penceritaan. Penelitian mengenai “*Study Reviewing Narrative Time of Gerard Genette in “Soghubon – Fessoghel –Asvad” Novel by Ihsan Abdel –Qudus*” pada tahun 2021 mengangkat gambaran masyarakat Afrika pada era dahulu di tahun 1960an. Adapun penelitian ini mengulas dengan metode analisis naratif dan mempertimbangkan teori waktu naratif (*narrative time*) dari Gerard Ganette. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan elemen waktu naratif (*narrative time*) terlengkap dalam kurun waktu tiga tahun sebelum penelitian di atas dilaksanakan kemudian disusul dengan struktur durasi (*duration*) dan kemudian elemen frekuensi (*frequency*). (Velayati & Molla, 2021).

Urutan naratif (*order*) akroni (*achrony*) juga bisa dilihat dengan analisis temporal yang mana terdapat frasa “sedang” dalam narasi. Berdasarkan penggunaan frasa “sedang” sebagai bagian dari narasi penceritaan merupakan salah satu fungsi bahasa sebagai alat komunikasi sosial. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Natasya bahwa adverbia “sedang” pada kalimat menggambarkan makna yang berhubungan dengan saat terjadinya peristiwa yang diterangkan oleh adverbia tersebut. (Natasya, 2019).

Kemudian penceritaan dilakukan dengan urutan naratif (*order*) anakroni (*anachrony*) yang keseluruhannya menggunakan anakroni internal (*internal anachrony*) karena merupakan peristiwa awal yang terjadi setelah peristiwa masa kini. Hal tersebut karena karya visual yang diunggah merupakan jenis foto *pre-wedding* yang merupakan sebuah pemotretan yang dilakukan tiga hingga enam bulan menjelang hari pernikahan (Bridestory, 2015). Hal serupa disampaikan oleh Arief dan Nur Adi yang kemudian menegaskan alasannya karena foto *pre-wedding* memiliki *engagement session* yang dapat digunakan oleh fotografer dalam mengambil gambar calon pengantin untuk berpose secara bebas tanpa ada rasa tekanan atau stres, bahkan tanpa di kejar waktu dan tekanan di hari pernikahan berlangsung (Arief & Nur Adi, 2015).

Kemudian terdapat beberapa unggahan yang mengakibatkan cerita mundur lantaran adanya upaya mengingat peristiwa yang sudah terjadi atau *flashback* oleh narator. Namun, hal tersebut tidak merusak pola urutan naratif karena masih dapat dibaca dengan baik dan waktu unggaha tidak jauh berbeda hanya hitungan hari dari waktu cerita (*story time*). Bahkan unggahan *flashback* tersebut memberikan hal baru ketika rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram @thebridestory* menjadi mundur untuk mengingat peristiwa. Ini mengingat bahwa urutan naratif berhubungan dengan satuan cerita atau sekuen yang tercipta oleh tiap susunan tuturan yang membuat satuan makna. (Evanda, 2017)

Temuan ini juga menegaskan ketika adanya jenis anakroni (*anachrony*) muncul maka akan ada kemungkinan munculnya urutan naratif dari anakroni (*anachrony*) yaitu *analepsis* atau *flashback*. Mengingat Ppla Anakroni terbagi menjadi dua jenis yaitu *analepsis* atau *flashback* dan *prolepsis* atau *flashforward*. Pada rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina,

akun *instagram @thebridestory* terdapat pola anakroni (*anachrony*) yang kemudian berada di tingkat *analepsis* atau *flashback*.

Analepsis didefinisikan pada saat narasi yang mewakili sebuah peristiwa terputus dan kemudian peristiwa masa lalu disisipkan. Penyebaran informasi melalui sebuah penceritaan narasi yang berisikan informasi temporal dapat dianalisis peristiwa dan tindakan didalamnya yang kemudian didistribusikan secara temporal dalam narasi. Ganette (1980) menegaskan bahwa peristiwa di masa lalu dapat disisipkan dan kemudian dalam kaitannya dengan jangkauan dan luas sebuah penceritaan. Ganette dalam (Abdulrazziq & Geedallah, 2021)

Maka, penulis melihat bahwa struktur urutan naratif (*order*) dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina yang dimuat pada akun *instagram @thebridestory* dalam *great expectations* ditemukan pola anakroni (*anachrony*) secara dominan dan berada pada terjadi tingkat *analepsis* atau *flashback*.

C. Struktur Durasi Naratif

Durasi naratif (*duration*) yang terdapat dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram @thebridestory* dikonstruksi oleh durasi naratif pada gerakan ringkasan (*summary*). Durasi naratif (*duration*) menggambarkan perbedaan waktu yang terjadi antara waktu cerita (*story time*) disingkat ST dan waktu naratif (*narrative time*) disingkat NT. Ganette meringkas gerakan ringkasan (*summary*) dengan kode $NT < ST$.

Melalui akun *instagram @thebridestory* rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina yang secara waktu cerita (*story time*) berada pada rentang 8 Oktober 2022 hingga 15 Februari 2023 diringkaskan menjadi 40 unggahan atau waktu naratif (*narrative time*). Jika dalam hitungan hari maka ST berjumlah 130 (hari) time dan NT berjumlah 40 unggahan atau *time*. Artinya $40 \text{ time} < 130 \text{ time}$.

Maka dari penjelasan diatas, akun *instagram @thebridestory* hanya membutuhkan 40 unggahan untuk menarasikan peristiwa tersebut. Ringkasan (*summary*) naratif yang terdapat dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram @thebridestory* digunakan untuk memperkuat penceritaan agar tidak membutuhkan penjabaran cerita yang terlalu panjang ketika menceritakan semua peristiwa yang dilakukan oleh tokoh dalam penceritaan.

Sedangkan ringkasan terjadi dikarenakan beberapa bagian dari waktu cerita diringkas dalam penceritaannya sehingga terjadi percepatan. Gerakan durasi naratif lainnya meliputi gerakan jeda (*pause*) yang jug ada dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram @thebridestory* namun tidak terlalu dominan.

Durasi naratif (*duration*) merupakan saalah satu dari tiga dimensi dasar temporalitas dalam struktur narasi dimana dua lainnya merupakan urutan (*order*) dan frekuensi (*frequency*). Dari hasil penelitian ditemukan bahwa akun *instagram @thebridestory* memiliki struktur durasi (*duration*) untuk rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina.

Hal ini membuktikan bahwa peristiwa-peristiwa yang diceritakan oleh akun *instagram @thebridestory* selaku narator mementingkan kontinum temporal karena terdapat rangkaian peristiwa didalamnya. Selaras dengan penelitian dari Liisa Steinby tentang “*Time, space, and subjectivity in Gérard Genette's narrative discourse*” bahwa durasi naratif (*duration*) adalah waktu terjadinya peristiwa-peristiwa yang berurutan dan memiliki durasi dalam rangkaian penceritaannya. Adapun peristiwa-peristiwa yang dimaksud terletak pada suatu kontinum temporal (Steinby, 2016).

Bentuk durasi naratif (*duration*) dengan gerakan ringkasan (*summary*) lebih banyak ditemukan daripada gerakan elipsis

(*elipsis*). Penggunaan gerakan ringkasan (*summary*) secara dominan akan mendukung adanya urutan naratif (*order*) dengan jenis anakroni (*anachrony*). Hal tersebut dibuktikan dengan adanya 40 waktu naratif (*narrative time*) yang dilakukan oleh akun *instagram @thebridestory* selaku narator. Hal ini juga dibahas dalam penelitian Elham Mandegar Mehr dan Mohammad Mehdi Taghdisi tentang “*A Study on Time Duration in Narrating the Magicians' Story in Qur'an: Gerard Genette's Perspective*” bahwa persoalan durasi naratif (*duration*) menjadi aspek waktu yang penting untuk dibicarakan dalam narasi yang memperhitungkan hubungan antara periode terjadinya peristiwa dalam suatu cerita serta jumlah peristiwanya (Mehr et al., 2022).

Lebih lanjut, mengenai penggunaan gerakan elipsis (*ellipsis*) adalah untuk menghentikan naratif sementara waktu cerita (*story time*) terus berlanjut. Hal ini membuat waktu cerita (*story time*) lebih banyak daripada waktu naratif (*narrative time*). Dalam penelitian Sashi Kala Govindarajulu dan Krishnamurthy tentang “*An Application of Gerard Genette's Categories Of Narrative Methods Of Order, Duration And Frequency To The Study Of Somerset Maugham's Short Story The Pool*” dijelaskan dengan detail bahwa dalam penggunaan gerakan elipsis (*ellipsis*) perlu diketahui apakah durasi dari waktu cerita (*story time*) akan berhenti akibat penggunaan elipsis (*ellipsis*). Ia juga menambahkan “*the story time elided is indicated (definite ellipsis) or not indicated (indefinite ellipsis)*” (Sashi et al., 2017).

Maka dari penjelasan diatas, waktu naratif (*narrative time*) berfungsi untuk menarasikan peristiwa-peristiwa yang telah terjadi. Sementara penggunaan gerakan ringkasan (*summary*) naratif yang terdapat dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina bertujuan untuk memperkuat penceritaan agar tidak

membutuhkan penjabaran cerita yang terlalu panjang. Gerakan ringkasan bertujuan untuk dapat menceritakan peristiwa yang dialami tokoh-tokoh utama secara singkat tanpa membutuhkan waktu yang panjang dan menciptakan percepatan.

Hal ini membuat percepatan terjadi dimana waktu cerita (*story time*) yang berlangsung sejak 8 Oktober 2022 sampai dengan 15 Februari 2023 dapat diceritakan dalam 40 unggahan. Sementara itu, (Genette, 1990) menjelaskan dalam penelitiannya "*Porter Institute for Poetics and Semiotics*" bahwa percepatan, perlambatan, elipsis, dan jeda yang diamati, dalam campuran yang paling beragam, dalam narasi fiksi juga merupakan narasi faktual, dan dalam kedua kasus tersebut, mengikuti pada keinginan dan perasaan narator dalam menceritakan setiap peristiwa (Ben-Ari & Mchale, 2013).

Kemudian munculnya gerakan jeda (*pause*) yang digunakan oleh akun *instagram* @thebridestory selaku narator berfungsi sebagai penciptaan ruang khusus dari sebuah penceritaan yang sedang berlangsung sementara masih ada teks naratif. Sehingga waktu naratif (*narrative time*) memiliki posisi yang dominan. Penggunaan gerakan jeda (*pause*) dalam penelitian ini tidak sebanyak gerakan ringkasan (*summary*).

Pada beberapa inti cerita guna menyampaikan informasi bagi para pembaca supaya dapat membayangkan inti cerita sebelum dan sesudah peristiwa terjadi. Selaras dengan pernyataan Fahrur dan Zakaria bahwa gerakan jeda (*pause*) terjadi ketika waktu cerita diinterupsi untuk menciptakan ruang tertentu, sementara teks naratif masih ada. Jadi, waktu naratif mempunyai posisi dominan dibandingkan waktu cerita (Fahrur & Zakaria, 2020).

Proses gerakan jeda (*pause*) dapat dikategorisasikan apabila narator salah satunya menyisipkan frasa dalam teks natif. Salah satu frasa yang muncul dalam

penelitian ini adalah "merangkum" dan menciptakan bentuk emosi "mengharukan" yang ditimbulkan dalam salah satu peristiwa. Hal tersebut membuat kemunculan gerakan jeda (*pause*) mendukung gerakan ringkasan (*summary*) karena waktu cerita (*story time*) dalam waktu naratif (*narrative story*) menjadi saling mendahului.

Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat Gerard Genette dan tidak terdapat penelitian yang membantah konsep yang diusung oleh Genette mengenai struktur durasi (*duration*). Walaupun penekatan dari analisis naratif hanya menekankan pada tiga struktur utama namun untuk dapat dikatakan struktur maka semuanya harus ada.

Dikatakan lemah sebuah penelitian apabila hanya mengambil bagian terkecil di dalam stuktur naratif. Contohnya pendapat Fristi Setiawati Oki, Herman Didipu, dan Jafar Lantowa bahwa dalam penelitian Sufilkrima Sa'adah mengenai "Kajian Naratologi Genette Dalam Tiga Cerita Pendek Pilihan Kompas Tahun 2000an" yang dianggap lemah karena hanya mengangkat permasalahan tentang aspek penceritaan pada tiga fokus yaitu pada konsep durasi, fokalisasi, dan penutur yang mana seharusnya secara keseluruhan (Oki et al., 2023).

D. Struktur Frekuensi Naratif

Frekuensi naratif yang terdapat dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *Instagram* @Thebridestory dikonstruksi oleh dua jenis representasi. Pertama, representasi pengulangan (*repeating representation*) yaitu jenis representasi yang menceritakan beberapa kali apa yang terjadi dalam satu waktu (nN/nS). Kedua, representasi iteratif (*iterative representation*) yaitu jenis representasi dalam satu waktu tentang apa yang terjadi beberapa kali ($1N/nS$).

Tabel 2. Representasi Frekuensi Struktur

| Representasi Pengulangan | Representasi Iteratif | Pengulangan /Waktu unggah |
|--------------------------|-----------------------|---------------------------|
| Pengulangan Pertama | | 5 November 2022 |
| Pengulangan Kedua | | 8 Desember 2022 |
| Pengulangan Ketiga | Iteratif Pertama | 9 Desember 2022 |
| Pengulangan Keempat | Iteratif Kedua | 10 Desember 2022 |
| Pengulangan kelima | Iteratif Ketiga | 12 Desember 2022 |
| | | 13 Desember 2022 |
| Pengulangan Keenam | - | 14 Desember 2023 |

Sumber: (Olahan Peneliti, 2023)

Representasi pengulangan (*repeating representation*) masing-masing mengunggah peristiwa yang sama dalam satu waktu. Pengulangan cerita yang dilakukan oleh @thebridestory terjadi beberapa kali dalam beberapa unggahan. Begitu juga dengan representasi iteratif yang dilakukan lebih dari satu kali.

Frekuensi naratif dapat dimaknai dengan keseringan atau seberapa sering sebuah peristiwa berlangsung dan kemudian diceritakan dalam sebuah penceritaan. Adapun yang dimaksud dengan keseringan dalam penceritaan adalah teks naratif yang tidak hanya sangat mirip secara peristiwa namun juga dapat hampir sama. Wardhani dalam (Fitria, 2023).

Frekuensi naratif berkaitan dengan frekuensi suatu peristiwa terjadi dalam cerita dan seberapa sering peristiwa tersebut disebutkan dalam cerita. Frekuensi naratif adalah hubungan antara frekuensi (atau kesederhanaan pengulangan) antara narasi dan diegesis. Frekuensi berkaitan dengan frekuensi atau frekuensi terjadinya suatu peristiwa tanpa adanya tindakan, dan beberapa kali peristiwa tersebut disebutkan dalam teks. (Fahrur & Zakaria, 2020).

Hal diatas juga diperkuat dalam penelitian Sashi Kala Govindarajulu dan

Krishnamurthy tentang “*An Application of Gerard Genette's Categories of Narrative Methods of Order, Duration and Frequency To The Study of Somerset Maugham's Short Story The Pool*” bahwa frekuensi Narasi, yaitu pengulangan antar narasi dan diegesis, belum dipelajari ahli teori dan kritikus novel sebelum Genette. Tetapi Genette mengatakan ini adalah aspek yang sangat penting dalam narasi temporalitas. (Sashi et al., 2017).

Dominasi frekuensi naratif pada tingkat representasi pengulangan dan representasi iteratif mendukung hadirnya urutan naratif yang bersifat anakroni pada tataran analepsis. Penceritaan yang berulang-ulang menghambat waktu penceritaan sehingga suatu peristiwa menyebabkan urutan naratif berjalan tidak sejajar dan tidak sesuai antara waktu naratif (*narrative time*) dengan waktu cerita (*story time*).

Selain itu, dominasi frekuensi pengulangan digunakan akun *instagram* @Thebridestory untuk bisa lebih banyak menceritakan sebuah peristiwa dari pernikahan Kaesang dan Erina. Dengan anggapan lain yang mengartikan bahwa, frekuensi pengulangan memungkinkan akun *instagram* @thebridestory untuk lebih banyak menarasikan sebuah peristiwa dari rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina, sehingga peristiwa tersebut akan mendominasi dalam pengulangan cerita yang mengakibatkan tidak seajarnya waktu naratif (*narrative time*) dengan waktu cerita (*story time*). Selaras dengan (Sashi et al., 2017) bahwa suatu peristiwa tidak hanya dapat terjadi satu kali saja, namun dapat terulang kembali. Genette mengatakan, peristiwa yang identik atau terulangnya peristiwa yang sama adalah rangkaian dari beberapa peristiwa serupa yang dianggap hanya dari segi kemiripannya saja.

Selanjutnya dominasi frekuensi iteratif cerita digunakan akun *instagram* @Thebridestory guna memangkas waktu naratif (*narrative time*) sehingga lebih

ringkas dari waktu cerita (*story time*). Frekuensi iteratif cerita memungkinkan akun *instagram* @thebridestory untuk mengunggah beberapa peristiwa dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina hanya dalam satu waktu atau di tanggal yang sama. Hal ini juga mengakibatkan tidak seajarnya waktu naratif (*narrative time*) dengan waktu cerita (*story time*). Sebagai salah satu teknik frekuensi, iterasi dengan variasi mampu membentuk ritme dan membangun klimaks cerita, yang bervariasi dari iterasi sebelumnya.

Penggunaan iteratif oleh akun *instagram* @thebridestory adalah aspek penting dari estetika modernis revolusionernya. Sebagai narator, akun *instagram* @thebridestory mengedepankan bagian yang berulang dan dengan demikian menekankan pentingnya peristiwa dari prosesi-prosesi pernikahan. Selaras dengan Genette yang menjelaskan bahwa bagian-bagian yang berulang biasanya "*functionally subordinate*" peristiwa yang dinarasikan secara individual (Sleevi, 2023).

Genette menyebutnya sebagai narasi berulang, di mana naratif tunggal mempunyai beberapa kemunculan peristiwa yang sama dalam analoginya. Analepsis juga memiliki perannya dimana berfungsi untuk memulihkan seseorang dan mengingat peristiwa sejarah yang mengarah pada iterasi yang mengawali narasi pertama. (Sabarini & Widyastuti, 2019)

E. Struktur Modus Naratif

Akun *instagram* @Thebridestory menggunakan satu posisi narator yang mendominasi dengan kedudukan narator sebagai tokoh dalam cerita yang melakukan observasi diluar peristiwa, dalam arti lain narator menjadi tokoh bawahan yang menarasikan tokoh utama dalam cerita. Narator memiliki posisi sebagai tokoh bawahan yang mengisahkan tokoh utama dalam cerita yang ditandai dengan penggunaan nama tokoh utama dalam cerita yaitu Kaesang maupun Erina.

Kemudian ditandai dengan penggunaan kata ganti dia, mereka atau kami. Lalu dapat pula dengan menggunakan kata sandang *si* dan *sang*.

Ditemukan bahwa posisi narator adalah sebagai tokoh bawahan yang berkedudukan mengisahkan Kaesang dan Erina sebagai tokoh utama dalam cerita rangkaian pernikahan. Adapun masing-masing narasi dari unggahan yang dibuat oleh akun *instagram* @Thebridestory menegaskan bahwa tidak serta merta menjadikan mereka sebagai narator yang mahatahu atau jenis dari kedudukan narator lainnya. Akun *instagram* @Thebridestory menggunakan Fokalisasi Internal (*Internal Focalization*) yaitu sebagai narator berkedudukan menyampaikan apa yang diketahui oleh tokoh utama. Fokalisasi sendiri adalah sebagai pengganti istilah dari Perspektif (*Perspective*) dan Sudut Pandang (*Point of View*). Adapun konsep Fokalisasi digunakan untuk melihat posisi narator dalam sebuah cerita.

Akun *instagram* @Thebridestory menjalankan maksud dari kedudukan narator dalam Fokalisasi Internal (*Internal Focalization*) yaitu dengan menarasikan hasil dari "Visi Bersama" (*Vision With*) yang dilambangkan dengan *Narrator=Character*. Hal ini lantaran apa yang dinarasikan oleh akun *instagram* @Thebridestory adalah waktu naratif (*narrative time*) sebagai bentuk waktu cerita (*story time*) yang telah di komunikasikan antara @Thebridestory selaku Narator dan Erina selaku Tokoh.

Modus naratif atau *mood* dapat dimaknai sebagai item yang fungsinya untuk memaparkan maksud dari cerita dalam penceritaan. Modus naratif (*mood*) berpusat pada gagasan jarak (*distance*) dan perspektif (*perspective*) yang dalam kajian naratif disebut dengan fokalisasi (*focalization*). Selain itu, modus naratif (*mood*) juga dapat diartikan sebagai klasifikasi dalam sebuah penceritaan serta klasifikasi dari hadirnya narator dalam

sebuah teks naratif Wardhani dalam (Fitria, 2023).

Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram* @Thebridestory menggunakan satu posisi narator yang mendominasi yang kemudian ditandai dengan penggunaan kata ganti dia, mereka atau kami. Lalu dapat pula dengan menggunakan kata sandang *si* dan *sang*.

Posisi narator adalah sebagai tokoh bawahan yang berkedudukan mengisahkan Kaesang dan Erina sebagai tokoh utama dalam cerita rangkaian pernikahan. Adapun masing-masing narasi dari unggahan yang dibuat oleh akun *instagram* @Thebridestory menegaskan bahwa tidak serta merta menjadikan mereka sebagai narator yang mahatahu atau jenis dari kedudukan narator lainnya. Akun *instagram* @Thebridestory menggunakan Fokalisasi Internal (*Internal Focalization*) yaitu sebagai narator berkedudukan menyampaikan apa yang diketahui oleh tokoh utama. Fokalisasi sendiri adalah sebagai pengganti istilah dari Perspektif (*Perspective*) dan Sudut Pandang (*Poin of View*). Adapun konsep Fokalisasi digunakan untuk melihat posisi narator dalam sebuah cerita.

Sabarini dan Widyastuti dalam penelitiannya yang berjudul “*Anachrony in Vladimir Nabokov’s Lolita: A Study of the Novel’s Narrative Tense Arrangement*” menyebutkan bahwa:

“*While narrative tense and narrative mood operate within the story and the storytelling levels of the narrative, the narrative voice operates in both the narration and narrative components, or in the aspects of both storytelling and the story itself*” (Sabarini & Widyastuti, 2019)

Modus naratif (*mood*) adalah istilah yang diambil dari Gérard Genette, yang menggambarkan bagaimana pilihan dan perangkat (atau mode) naratif tertentu membentuk modus naratif (*mood*) yang diskursif. Hal tersebut dikarenakan

singularitas menunjukkan inti cerita mewakili seluruh peristiwa. Selaras dengan Gonzales dalam penelitiannya berjudul “*The Narrative Mood of Jean Rhys’ Quartet*” bahwa “*What is more, the singularity of the direct address suggests something about the overall mood of the narrative*” dan menempatkan narasi dalam subjektivitas melalui fokalisasi, sehingga menciptakan narasi dengan ciri khas narator. (González, 2018).

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa modus naratif (*mood*) rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina ampir bisa diraba sebagai sebuah suasana yang menopang persepsi narator, ketidakpastian epistemologis, dan ketidakstabilan emosi dalam pikiran para karakter yang tidak terlalu transparan dan narator dalam penceritaan naratif kemudian menyelimuti dan memberi gambaran emosi lewat narasi.

Sebagai narator, akun *instagram* @thebridestory menjalankan maksud dari kedudukan narator dalam Fokalisasi Internal (*Internal Focalization*) yaitu dengan menarasikan hasil dari “Visi Bersama” (*Vision With*) yang dilambangkan dengan *Narrator=Character*. Hal ini lantaran apa yang dinarasikan oleh akun *instagram* @Thebridestory adalah waktu naratif (*narrative time*) sebagai bentuk waktu cerita (*story time*) yang telah di komunikasikan antara @Thebridestory selaku Narator dan Erina selaku Tokoh. Narator menggunakan teknik fokalisasi yang halus untuk mewakili dinamika yang penuh, dalam kontras dengan apa yang bisa disebut “*radicalism of epistemology*”. Fokalisasi pada bagian ini ditandai dengan pergeseran ke wacana bebas tidak langsung. Memang Gonzales berpendapat bahwa Genette tampak seakan berhipotesis mengenai teorinya tentang modus naratif (*mood*) karena melihat bahwa wacana naratif memiliki tekstur tertentu. Namun kembali lagi bahwa efek dari narasi sangat besar dan bersifat keseluruhan untuk sebuah penceritaan. Selaras dengan

Gonzales bahwa modus naratif (*mood*) sebagai pengaruh, dapat memanipulasi wacana naratif dengan berbagai cara. (González, 2018).

selanjutnya, focalisasi internal (*internal focalization*) akun *instagram* @thebridestory berada dalam kelompok focalisasi tetap (*fixed focalization*) yaitu dimana narasi dikisahkan oleh satu tokoh dari posisi yang tetap. Artinya kedudukan narator tidak berganti baik tokohnya maupun focalisasinya. Teknik focalisasi internal (*internal focalization*) dapat memberikan keleluasaan bagi akun *instagram* @Thebridestory selaku narator dalam menarasikan apa yang ingin mereka ceritakan secara langsung tanpa terkesan lebih tau dari tokoh utama dalam cerita. Hal ini membuktikan bahwa focalisasi Internal adalah salah satu cara untuk memperkuat gagasan bahwa focalisasi internal (*internal focalization*) melibatkan "restriction" informasi. Selain itu, hal ini memiliki keuntungan yang jelas karena dapat memahami mengapa bagian dari focalisasi internal dapat dianggap sebagai cerita. (Reinerth & Thon, 2017).

F. Struktur Suara Naratif

Time of Narrating

yang menampilkan peristiwa yang terjadi di masa sekarang dan berusaha menanti peristiwa yang akan terjadi di masa yang akan datang. Hal tersebut dapat terlihat pada frasa "Ngga sabar ya melihat penampilannya di hari H". Terlihat dari penggalan data tersebut, narator berusaha memprediksi kejadian yang akan dialami di masa yang akan datang. Untuk yang dimaksud sebagai masa yang akan datang adalah terdapat pada penekanan pada frasa "di hari H"

Hal tersebut dibuktikan lewat frasa "penampilan cantiknya" yang mana penampilan tersebut terjadi pada rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina. Adapun fokus kajian suara naratif atau *time of narrating* ini termasuk ke dalam tipe *Prior* atau naratif prediktif.

Time of narrating atau waktu menceritakan merupakan posisi narator dalam menggambarkan waktu di dalam ceritanya (Didipu, 2019). Sebagaimana Genette berpendapat bahwa referensi pada tata bahasa kata kerja tampaknya berfungsi terutama sebagai alat heuristik, yang memberikan struktur pada sistem naratologis Genette khususnya pada *voice*, yang terbukti menjadi inti dari apa yang Genette anggap sebagai tata bahasa kata kerja, sesuai dengan tiga bagian utama teori naratifnya yakni temporal narasi, *mood*, dan persona naratifnya, hal tersebut disebut Genette sebagai "*time of narrating*" (Steinby, 2016b).

Unggahan tersebut secara waktu naratif (*narrative time*) sebagai bentuk waktu cerita (*story time*) tidak memiliki perbedaan artinya sama-sama terjadi di tanggal 10 Desember 2022. Hal ini menjadikan rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina secara suara naratif (*voice*) juga masuk ke dalam tipe *Simultaneous* atau naratif masa kini.

Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina tidak hanya masuk kedalam dua tipe suara naratif (*voice*) yakni *Prior* dan *Simultaneous* melainkan juga *Subsequent* atau naratif masa lampau. *Prior* sebuah narasi, yang memprediksi suatu tindakan secara umum di masa depan dan juga terkonjugasi di masa sekarang (Sashi et al., 2017). *Prior* adalah narasi yang memprediksi dan bukan klimaks dari sebuah cerita. Dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina, akun *instagram* @thebridestory selaku narator membuat *prior* muncul dan dinarasikan dengan baik.

Suara naratif (*voice*) dengan tipe *Subsequent* dibuktikan pada frasa "Throwback sejenak" sebagai upaya mengingat kejadian yang telah terjadi di masa lampau. Hal ini turut mendukung modus naratif (*mood*) yang memperjelas kedudukan akun *instagram* @thebridestory sebagai tokoh dalam cerita yang turut melakukan observasi di luar peristiwa dan waktu penceritaan karena

menjadi tokoh bawahan yang mengisahkan cerita. *Simultaneous* pada prinsipnya adalah yang paling sederhana karena narasi bersamaan dengan tindakan. *Simultaneous* dianggap tidak mengalami gangguan dan penekanannya lebih pada wacana waktu naratif (*narrative time*) daripada waktu cerita (*story time*). Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina tidak hanya masuk kedalam dua tipe suara naratif (*voice*) yakni *Prior* dan *Simultaneous* melainkan juga *subsequent* atau naratif masa lampau.

Terakhir, Ini menandakan bahwa rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram* @thebride story masuk kedalam tiga tipe utama dari waktu dalam menceritakan yaitu *prior*, *simultaneous* dan *subsequent*. Artinya secara keseluruhan masuk ke dalam tipe *interpolated* atau naratif yang bertindak menceritakan secara kompleks. Hal tersebut dikarenakan sebagai narator akun *instagram* @thebridestory menggabungkan peristiwa yang sedang dan akan terjadi di masa yang akan datang. *Subsequent* jelas bahwa narasinya umumnya sesuai dengan apa yang diceritakannya. Hal tersebut dikarenakan jenis ini adalah yang paling sering dan digunakan sebagai narasi klasik bentuk lampau (Sashi et al., 2017).

Person

Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *Instagram* @thebridestory mempunyai tipe narator *homodiegetic* dalam aspek *person*. Hal tersebut dikarenakan narator *homodiegetic* merupakan tipe narator yang hadir sebagai tokoh namun bukan sebagai tokoh utama dan menceritakan tokoh utama. Ciri lain yang mendeskripsikan narator *homodiegetic* adalah penggunaan kata “Kami” hal tersebut dibuktikan pada narasi sebagai berikut:

Kami turut bahagia melihat keluarga Presiden @jokowi yang menjalani proses siraman sang putera bungsu

@kaesangp dengan penuh sukacita 😊
Sumber: (Akun *instagram* @thebridestory, 2023)

Homodiegetic narator diwakili secara eksplisit oleh rujukan narasi, setara dengan karakter fiksi lainnya dalam hal ini Kaesang dan Erina selaku tokoh utama. Ini juga menjadi penanda sebagai salah satu tokoh protagonis dalam cerita, dan karenanya tidak mempunyai akses penuh terhadap apa yang dipikirkan atau dilakukan tokoh lain di belakangnya (Altshuler & Maier, 2020).

Tingkatan Naratif

Secara konkret tokoh “Kami” dalam hal ini adalah akun *instaram* @thebridestory menekankan posisinya sebagai narator yang tidak hadir dalam cerita namun memiliki pemahaman dalam apa yang diceritakan. Ini menjadi ciri baru terkait aspek tingkat naratif (*narrative level*) yang menempatkan akun *instagram* @thebridestory berada pada tipe paradigma ekstradiegetik-heterodiegetik yaitu narator yang berada pada tingkat pertama yang bercerita tentang suatu kejadian namun tidak hadir dalam cerita sebut.

Ini menjadi ciri baru terkait aspek tingkat naratif (*narrative level*) yang menempatkan akun *instagram* @thebridestory berada pada tipe paradigma ekstradiegetik-heterodiegetik yaitu narator yang berada pada tingkat pertama yang bercerita tentang suatu kejadian namun tidak hadir dalam cerita sebut (Didipu, 2018)

G. Naratif dan Storytelling Sebagai Medium Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @thebridestory

Penelitian ini memperlihatkan bahwa semua cerita yang kemudian diceritakan atau dinarasikan memiliki perbedaan masing-masing. Artinya cerita tidak sama bagusnya. Manusia mengevaluasi narasi yang ditemukan yang dibuat untuk mendukung sebuah penceritaan dengan menetapkan standar rasionalitas narasi

pada narasi tersebut. Rasionalitas naratif (*narrative rationality*) adalah sebuah cara manusia dalam menilai dan kemudian mengevaluasi nilai-nilai dalam sebuah cerita sebagai suatu bentuk “kebenaran”. Adapun dua standar dari rasionalitas naratif (*narrative rationality*) adalah koherensi (*coherence*) dan fidelitas (*fidelity*).

Logika rasionalitas naratif (*narrative rationality*) diuraikan oleh Fisher memperhatikan kompleksitas dan “*entails a reconceptualization of knowledge, one that permits the possibility of wisdom*” (Engebretsen & Baker, 2023). Akun *instagram @thebridestory* menciptakan *structural coherence, material coherence* dan *characterological coherence* dengan sangat amat baik. Struktur penceritaannya terdiri dari awal hingga tengah, Perjalanan dari Erina sebagai calon pengantin perempuan selaku salah satu tokoh utama yang melakukan konsultasi dengan pihak The Bride Story untuk kemudian merencanakan rangkaian pernikahannya bersama Kaesang sebagai calon pengantin laki-laki selaku tokoh utama. Alur cerita bersifat maju mundur berkaitan dengan Akroni (*Achrony*) dan Anakroni (*Anachrony*) yang merupakan Urutan Naratif dalam penceritaan. Hingga tokoh utama menguasai peran sebagai pasangan pengantin.

Hal diatas menjadi domain rasionalitas naratif. Mengingat klaim yang dilakukan akun *instagram @thebridestory* bahwa segala sesuatu yang dialami Kaesang dan Erina telah dikemas dalam bentuk narasi dan penceritaan turut berkuat dalam narasi tidak lagi hanya pada karya visual fotografi dan videografi. Selaras dengan penelitian dari Engebretsen dan Baker tentang “*Health Preparedness and Narrative Rationality: A Call for Narrative Preparedness*” bahwa yang terpenting adalah ketika konsep rasionalitas naratif (*narrative rationality*) menunjukkan bahwa “*whatever is taken as a basis for adopting a rhetorical message is*

inextricably bound to a value – to a conception of the good.” Artinya apa pun yang dijadikan dasar untuk mengadopsi pesan retorik dalam sebuah penceritaan mewakili peristiwa-peristiwa terikat erat pada suatu nilai – pada konsepsi tentang kebaikan.

Aspek-aspek rasionalitas naratif (*narrative rationality*) yang ditunjukkan berbeda-beda dan dimaksudkan untuk mendukung setiap peristiwa dari setiap unggahan pada akun *instagram @thebridestory*, sekaligus mengakui bahwa analisis menyeluruh terhadap narasi tentang prosesi pernikahan Kaesang dan Erina memiliki sifat empiris tersendiri. Rasionalitas naratif (*narrative rationality*) menilai narasi-narasi pada setiap unggahan (40 unggahan) tersebut berdasarkan sejauh mana narasi-narasi tersebut selaras dengan nilai-nilai dan mengikat perasaan pengikut (*followers*). Diungkapkan oleh Engebretsen dan Baker bahwasanya:

(The terms Fisher uses to distinguish between these two principles are probability (whether the story is coherent and ‘hangs together’) and fidelity (whether the story ‘rings true’ and is credible, given the context in which it is elaborated and the lived experience of the characters exposed to it). (Engebretsen & Baker, 2023)

Artinya probabilitas digunakan untuk membedakan kedua prinsip diatas guna meyakinkan bahwa cerita tersebut koheren dan 'berhubungan' atau tidak serta apakah cerita tersebut 'benar' dan dapat dipercaya. Mengingat konteks dalam narasi adalah mengenai pengalaman hidup dari tokoh utama yang diceritakan. Sementara itu paradigma naratif mencoba memahami koheren dan fidelitas melalui konsep rasionalitas naratif sebagai cara kita mengevaluasi nilai sebuah cerita berdasarkan “*good reasons*”.

Penerapan narasi oleh akun *instagram @thebridestory* dapat mendorong perubahan dalam perilaku Hinyard, Leslie

J & Matthew dalam (Wardasari et al., 2021) sehingga hal tersebut dapat tergolong dalam upaya komunikasi persuasif. Hal ini menjadi petanda bahwa sebagai narator akun *instagram* @thebridestory memanfaatkan sosial media *instagram* untuk melakukan persuasif bagi para pengikut (*followers*) melalui rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina. Mengingat komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan yang mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan. Selaras dengan penelitian Hennita, Prisyilia dan Saffira tentang “Analisis komunikasi persuasif pada akun *instagram* frelynshop dalam meningkatkan *brand image*” bahwa sosial media *instagram* sebagai salah satu tempat yang digunakan untuk melakukan komunikasi persuasif (Hennita et al., 2020).

Menurut Dainton & Zellely dalam Kriyantono menjelaskan teori narrative paradigm dan storytelling, pesan persuasif yang efektif bukanlah pesan tentang fakta rasional, melainkan lebih kepada pesan narasi yang mampu meyakinkan khalayak tentang “alasan/argument/justifikasi yang baik” (good reason) untuk terlibat dalam suatu tindakan tertentu (Kriyantono, 2013). Dipertegas dalam penelitian (Li, Jia; Tang, Jie; Liu, Xuan & Ma, 2019) bahwa naratif secara intrinsik persuasif karena mereka menggambarkan pengalaman tertentu daripada kebenaran umum. Narasi tidak perlu membenarkan keakuratan klaim mereka; cerita itu sendiri menunjukkan klaim (Dahlstrom, Michael F & Ho, 2012). West dan Turner menyebutkan bahwa logika narasi lebih dipilih dibandingkan logika tradisional yang digunakan dalam argumentasi. Logika narasi menyatakan bahwa orang menilai kredibilitas melalui apakah ceritanya runtut (melalui koherensi) dan terdengar benar (mempunyai ketepatan) (Sobur, 2014). Sehingga dapat disimpulkan jika dalam penyampaian pesan narasi, “strategi isi pesan” menjadi fokus perhatian utama agar pesan dapat

sampai dan diterima dengan baik oleh audiensnya. Dalam penelitian ini, akun *instagram* @thebridestory selaku narator mempunyai strategi narasi khusus yang dirancang sedemikian rupa disesuaikan dengan karakter pengikut (*followers*) dan konteks serta target pasar.

Lebih lanjut berbicara mengenai strategi narasi khusus yang dirancang oleh akun *instagram* @thebridestory dapat ditemukan penerapan *destination branding*. Dari perspektif penelitian Qu, Kim dan Hyunjung tentang “A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image” bahwa konsep branding destinasi sangat penting agar suatu destinasi dapat diidentifikasi dan dibedakan dari alternatif lain di benak pasar sasaran. (Qu et al., 2011). Pada penerapannya, *destination branding* dapat dimaknai sebagai upaya destinasi branding konvensional yang ditransformasikan dengan memanfaatkan media sosial cenderung memberikan dampak positif (Basit et al., 2020).

Proses pertama yaitu akun *instagram* @thebridestory dalam visual rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina meneguhkan *core value* dari vendor-vendor atau pihak-pihak yang terlibat serta @thebridestory sendiri sebagai direktori pernikahan global. Hal yang dilakukan adalah dengan memberikan *tag* atau tanda dari vendor-vendor yang terlibat dalam setiap peristiwa dari rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina dan kemudian diperkuat dengan narasi yang bersifat positif.

Kedua, akun *instagram* @thebridestory membangun identitas dan janji sebagai sebuah *brand*. Pada proses ini identitas dari akun *instagram* @thebridestory dibentuk dan kemudian direpresentasikan melalui visualisasi pernikahan Kaesang dan Erina dari sudut pandangnya selaku narator. Proses ini memperlihatkan upaya dari *brand promise* untuk dapat mengkomunikasikan kepada pengikut (*followers*) atau calon konsumen mengenai

gambaran *pre-wedding* dan pernikahan idaman yang dapat direalisasikan oleh @thebridestory sebagai direktori pernikahan global yang menangani rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina.

Ketiga, akun *instagram* @thebridestory mengkomunikasikan merek dimana pada proses ini akun *instagram* @thebridestory melakukan komunikasi terlihat dari rangkaian alur cerita yang terangkai dari peristiwa sejak *pre-wedding* hingga prosesi hari-H selesai. Alur dalam penceritaan yang digunakan juga berperan sebagai alat dalam mengkomunikasikan *brand promise* yang tentunya akan mempengaruhi *brand presence* dari akun *instagram* @thebridestory.

Keempat, akun *instagram* @thebridestory mengukur efektivitas dari pelaksanaan rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina. Pada proses ini ulasan atau *review* Erina sebagai tokoh utama menjadi *point* penting sebagai bentuk pengakuan dari eksternal akun *instagram* @thebridestory sebagai direktori pernikahan global.

Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina juga telah memenuhi elemen-elemen *storytelling* baik dalam rangkaian peristiwa yang terwakili dalam karya foto maupun video, diantaranya adalah *Point of View*, *A Dramatic Question*, *Emotional Content*, *The Gift of Your Voice*, *The Power of Sountract*, *Economy*, dan *Pacing*. Pada akhirnya, elemen-elemen di atas membentuk persepsi pengikut (*followers*) atau khalayak yang melihat untuk kemudian mendapat efek *feeling positive*. Dalam hal ini, *destination branding* yang dilakukan akun *instagram* @thebridestory mampu menghindari efek dari konflik yang ingin muncul dalam rangkaian peristiwa pernikahan Kaesang dan Erina. Bentuk dari hal tersebut adalah bagaimana akun *instagram* @thebridestory memvisualisasikan dan kemudian menarasikan adat, prosesi, pakaian, atribut dan makna-makna dari adat Jawa tanpa menyinggung adat atau budaya lain.

Mengingat membangun kepercayaan ternyata bukanlah perkara mudah bagi sebuah pemilik produk terlebih di era saat ini, berbagai tahapan membentuk karakteristik dari suatu brand (merek), perusahaan hingga segmen menjadi penting untuk diperhatikan. Melalui penelitian ini, naratif dan *storytelling* memiliki kaitan untuk memperkuat komunikasi pemasaran yang dilakukan akun *instagram* @thebridestory. Sejalan dengan (Imaddudin & Sitanggang, 2022) bahwa kepercayaan terhadap berita, sumber dan merek (brand) serta sikap akan mempengaruhi perilaku individu sehingga keputusan pembelian dalam hal ini penggunaan jasa juga akan saling mempengaruhi. Karena kepercayaan terjadi akibat terpenuhinya janji merek sesuai dengan yang diharapkan konsumen yang diperoleh langsung melalui pengalaman konsumsi (Farrinadewi, 2008).

Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk atau merek yang mereka jual. Melalui *storytelling* dan naratif pada penelitian ini ditemukan pula bahwa akun *instagram* @thebridestory menggunakan konsep eWOM atau dikenal dengan *electronic word of mouth*. Hal tersebut terjadi ketika Erina yang mewakili dirinya dan Kaesang selaku tokoh utama dalam penceritaan memberikan ulasan atau *review* dan ucapan terimakasih kepada Bridestory. Melihat temuan-temuan di atas maka dapat disimpulkan bahwa selaku tokoh dalam penceritaan Kaesang dan Erina merupakan pelanggan potensial.

Electronic word of mouth adalah pernyataan positif atau negatif mengenai suatu produk atau perusahaan yang dibuat oleh pelanggan potensial, pelanggan saat ini, maupun mantan pelanggan, yang informasi ini tersedia bagi banyak orang dan institusi melalui internet, salah satunya

di sosial media, yang pada penelitian ini adalah akun instagram dari @thebridestory. Terdapat 8 dimensi yang dapat merefleksikan eWOM, yaitu *platform assistance, venting negative feeling, concern for other, extraversion/positive self-enhancement, social benefit, economic incentive, helping the company dan advice seeking*. Thureau (dalam Monica et al., 2020).

Lebih lanjut, ini menjadi penting mengingat konsep *storytelling* dan naratif dari rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina yang kemudian memiliki *electronic word of mouth* sebagai *output* komunikasi pemasaran dari akun *instagram @thebridestory*. Hal tersebut membuat akun *instagram @thebridestory* memiliki keunggulan tersendiri dibanding *platform* lainnya terutama pada tampilan visual foto dan video. Maka dari itu, pentingnya mengunggah postingan sebagai upaya promosi terhadap merek dan produk. Selaras dengan penelitian dari Monica tentang “Analisis Isi Electronic Word of Mouth Pada Akun Instagram Tous Les Jours Indonesia” bahwa dalam proses komunikasi pemasaran, @touslesjournsid mengunggah berbagai posting baik untuk mempromosikan produk, layanan, atau nama perusahaannya sendiri.

Maka dapat disimpulkan bahwa eWOM sebagai bagian dari komunikasi pemasaran dari akun *instagram @thebridestory* erat kaitannya dengan narasi-narasi yang diceritakan terkait rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina sehingga menghasilkan dimensi *concern for others* mengingat rangkaian naratif ditutup dengan ulasan dan ucapan terimakasih dari tokoh utama. Ini menjadi erat kaitannya dengan dimensi *extraversion / positive self-enhancement* bermanfaat secara psikologis karena tentu akan sangat membantu bagi para calon konsumen baru.

Media sosial, khususnya *instagram* sangat mampu memberikan informasi serta mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini disebabkan saat ini pengguna media

sosial lebih percaya terhadap opini rekan atau pihak lain dari pada strategi pemasaran dari perusahaan dalam memutuskan pembelian. Dijelaskan dalam penelitian Soimbala dan Bessie tentang “Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-Wom)* Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Oncu's Fruit Dessert)” bahwa secara simultan e-WOM secara bersama-sama berengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Oncu's Fruit Dessert.

Maka hal ini dapat menjadi ukuran baru dalam kajian komunikasi pemasaran bahwa untuk melakukan peningkatan intensitas serta kualitas komunikasi pemasaran melalui sosial media instagram, dapat menggunakan *storytelling* dan naratif sebagai mediumnya.

KESIMPULAN

1. Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina dikemas dengan tagar #KaesayanganErina oleh The Bride Story lewat akun instagram @Thebridestory dan memiliki struktur naratif sebagai berikut:
 - a. Urutan naratif yang terdapat dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina terdapat pola anakroni pada tingkat analepsis serta terdapat pula pola akroni.
 - b. Durasi naratif (*duration*) yang terdapat dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram @thebridestory* dikonstruksi dalam dua klasifikasi durasi naratif (*duration*) yang dibedakan dalam dua gerakan naratif yaitu jeda (*pause*) dan ringkasan (*summary*).
 - c. Frekuensi naratif yang terdapat dalam rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *Instagram @Thebridestory* dikonstruksi oleh dua jenis representasi yaitu, representasi

- pengulangan (*repeating representation*) dan representasi iteratif (*iterative representation*)
- d. Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram* @Thebridestory menggunakan satu posisi narator yang mendominasi dengan kedudukan narator sebagai tokoh dalam cerita yang melakukan observasi diluar peristiwa.
 - e. Ditemukan tiga fokus kajian dari suara naratif rangkaian Pernikahan Kaesang dan Erina yaitu tipe *Simultaneous* atau naratif masa kini, *Prior* dan *Subsequent*
2. Melalui penelitian ini, naratif dan *storytelling* memiliki kaitan untuk memperkuat strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan akun *instagram* @thebriddestory. Rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina pada akun *instagram* @thebridestory telah menerapkan *destination branding* dengan beberapa proses.
 3. Konsep *storytelling* dan naratif dari rangkaian pernikahan Kaesang dan Erina yang kemudian menjadi medium komunikasi pemasaran dan *electronic word of mouth* sebagai *output* komunikasi pemasaran dari akun *instagram*. Maka hal ini dapat menjadi ukuran baru dalam kajian komunikasi pemasaran bahwa untuk melakukan peningkatan intensitas serta kualitas komunikasi pemasaran melalui sosial media *instagram*, dapat menggunakan *storytelling* dan naratif sebagai mediumnya.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data-data di lapangan, pada dasarnya penelitian ini berjalan baik. Namun bukan suatu kekeliruan apabila peneliti ingin mengemukakan beberapa saran yang mudah-mudahan bermanfaat bagi kemajuan pendidikan pada umumnya.

Adapun saran yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya pada penelitian selanjutnya dapat memperdalam kembali mengenai struktur naratif dari setiap struktur dan sub-strukturnya agar mendapatkan gambaran analisis naratif yang lebih dalam lagi.
2. Hendaknya para peneliti selanjutnya lebih mengembangkan ruang lingkup penelitian, mengingat penelitian yang dilaksanakan ini belum sepenuhnya bisa menggambarkan analisis naratif dari sudut pandang @thebridestory
3. Hendaknya para peneliti selanjutnya dapat lebih memperdalam kajian *storytelling* dan naratif sebagai bagian dari komunikasi pemasaran untuk dapat memperluas cakupan kajian dari ilmu komunikasi.
4. Dalam proses pengumpulan data, hendaknya menggunakan teknik yang diperkirakan dapat lebih optimal dalam mendapatkan data yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdussamad, Z. (2021). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Sobur, A. (2016). *Komunikasi Naratif Paradigma, Analisis, Dan Aplikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.

Artikel jurnal:

- Abdulraziq, N. M. A., & Geedallah, A. E. M. (2021). Narratological Analysis of Temporality in Novel. In *International Journal of Community Service & Engagement* (Vol. 2, Issue 1).
- Altshuler, D., & Maier, E. (2020). *Death on the Freeway: Imaginative resistance as narrator accommodation*
- Amelia Trisakti, F., & Alifahmi, H. (2018). Destination Brand Storytelling: Analisis Naratif Video the Journey To A Wonderful World Kementerian

- Pariwisata Jurnal Komunikasi Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, *Vii*.
- Andhika, L. R. (2021). Tata Kelola Adaptif Wilayah Pesisir: Meta Teori Analisis. *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, *9*(1), 87–102.
- Arief, M., & Nur Adi, T. (2015). *Membangun Aplikasi E-Commerce Jasa Fotografi Pre Wedding Berbasis Web Crowdsourcing Modul Fotografer Menggunakan Metode Iterative Incremental*.
- Basit, A., Nurlukman, A. D., & Kosasih Achmad. (2020). *The Effect of Social Media Destination Branding: The Use of Facebook and Instagram*.
- Battye, G. (2014). *Photography, Narrative, Time: Imaging our Forensic Imagination (1st ed.)*. Intellect.
- Ben-Ari, N., & Mchale, B. (2013). Porter Institute for Poetics and Semiotics. In *Narratology Revisited II* (Vol. 11, Issue 4). Winter.
- Bridestory. (2015, October 16). *Hal Yang Perlu Anda Ketahui Tentang Foto Pre-Wedding*. Bridestory.
- Chan, S. G. (2022). The Narrative Paradigm in Sarah Kay's "If I Should Have a The Narrative Paradigm in Sarah Kay's 'If I Should Have a daughter. In *Pepperdine Journal of Communication Pepperdine Journal of Communication Research Research* (Vol. 10).
- Darmanita, Z., & Yusri, M. (2020). Pengoperasian Penelitian Naratif dan Etnografi; Pengertian, Prinsip-Prinsip, Prosedur, Analisis, Interpretasi dan Pelaporan temuan. *Jurnal Manajemen Dan Dakwah*, *1*(1), 24–34.
- Didipu, H. (2018). *Struktur Naratif Novel Osakat Anak Asmat Karya Ani Sekarningsih (Perspektif Naratologi Gérard Genette)* (Vol. 19, Issue 1).
- Didipu, H. (2019). *TEORI NARATOLOGI GÉRARD GENETTE (TINJAUAN KONSEPTUAL)*.
- Engbretsen, E., & Baker, M. (2023). Health Preparedness and Narrative Rationality: A Call for Narrative Preparedness. *International Journal of Health Policy and Management*, *12*(1).
- Evanda, T. (2017). *KAJIAN NARATOLOGI ROMAN RECKLESS-STEINERNES FLEISCH KARYA CORNELIA FUNKE*.
- Fahrur, M., & Zakaria, R. (2020). NARRATIVE TECHNIQUES IN ANGIE THOMAS' NOVEL THE HATE U GIVE. In *Jurnal Pembelajaran Sastra* (Vol. 1, Issue 2).
- Fitria, F. (2023). Eksplikasi Susunan Naratif oleh Andrea Hirata dalam Novel Buku Besar Peminum Kopi (Analisis Naratologi Perspektif Gérard Genette). *Madah: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, *14*(1), 112–127.
- González, O. R. (2018). The Narrative Mood of Jean Rhys' Quartet. *Ariel: A Review of International English Literature*, *49*(1), 107–141.
- Gunawan, A. P., Desain, J., Visual, K., Komunikasi, F., & Multimedia, D. (2010). *MENJADI FOTOGRAFER DENGAN KAMERA SEDERHANA* (Vol. 1, Issue 2).
- Han, J., Ning, J., & Kamran, M. (2010). *Study on wedding photography and Strategic business plan for wedding photography Studio*. University of Borås.
- Imaddudin, & Sitanggang, A. O. (2022). *Membangun Brand Trust di Era Konvergensi Media (Brand Trust Wedding organizer di Bandung Raya)*.
- Lim, H., & Childs, M. (2020). Visual storytelling on Instagram: branded photo narrative and the role of telepresence. *Journal of Research in Interactive Marketing*, *14*(1), 33–50.

- Mehr, E. M., Mehdi, M., & *2, T. (2022). A Study on Time Duration in Narrating the Magicians' Story in Qur'an: Gerard Genette's Perspective. In *Journal Of Narrativestudies E-ISSN* (Vol. 5, Issue 10).
- Monica, C., Goenawan, F., Prodi, V. M., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2020). *ANALISIS ISI ELECTRONIC WORD OF MOUTH PADA AKUN INSTAGRAM TOUS LES JOURS INDONESIA*. 1–12.
- Ben-Ari, N., & Mchale, B. (2013). Porter Institute for Poetics and Semiotics. In *Narratology Revisited II* (Vol. 11, Issue 4). Winter.
- Natasya, E. (2019). *ANALISIS PENGGUNAAN ADVERBIA PADA ARTIKEL LUCY IN THE SKY*.
- Oki, F. S., Didipu, H., & Lantowa, J. (2023). Struktur Penceritaan dalam Novel Mualaf Karya John Michaelson: Tinjauan Naratologi Gerard Genette. In *Jurnal Sinestesia* (Vol. 13, Issue 1).
- Hilles, R. R. (2021). Anachronisms in Charles Dickens's 'Great Expectations': A Case Study Based on Gerard Genette's Structural Narratology.
- Pribadi, Yanuar. 2021. "Pengukuran Daya Saing Kabupaten Lampung Tengah: Metode Location Quotient Dan Shift-Share Analysis." *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan* 9(03): 299.
- Reinerth, M. S., & Thon, J.-N. (2017). *Subjectivity across media: interdisciplinary and transmedial perspectives*.
- Sabarini, A. R., & Widyastuti, T. (2019). Anachrony in Vladimir Nabokov's *Lolita*: A Study of the Novel's Narrative Tense Arrangement. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 453, 82–86.
- Sashi, M., Govindarajulu, K., & Krishnamurthy, B. (2017). *An Application of Gerard Genette's Categories of Narrative Methods of Order, Duration and Frequency To The Study of Somerset Maugham's Short Story The Pool*.
- Sleevi, S. R. (2023). Narrating the everyday: iterative narration in Gertrude Stein's *Three Lives* and Julie Otsuka's *The Buddha in the Attic*. *Feminist Modernist Studies*, 6(1), 52–56.
- Steinby, L. (2016a). Time, space, and subjectivity in Gérard Genette's narrative discourse. *Poetics Today*, 37(4), 579–603.
- Velayati, S., & Molla, E. E. (2021). Study Reviewing Narrative Time of Gerard Genette in "Soghubon – Fessoghel – Asvad" Novel by Ihsan Abdel –Qudus. *Fiction Studies*, 6(2), 207–226.
- Wardasari, N.-, Laturrahmi, Y. F., & Illahi, A. K. (2021). Strategy Analysis of Storytelling in Communicating Marriage Age Maturity Program in The Society. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 233.

Halaman Kosong