



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, berita atau informasi tidak hanya bisa kita dapatkan lewat media cetak seperti surat kabar, majalah, maupun media elektronik seperti televisi dan radio, namun internet yang dipandang sebagai media interaktif juga dapat berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi di dalamnya termasuk berita.

Seperti yang dinyatakan oleh Nurkinan (2017, p. 30) masyarakat cenderung beralih ke berita berbasis *web (online)* selain murah, media *online* menyajikan berita lebih *real time*, sedangkan jika dibandingkan dengan media konvensional seperti koran yang membutuhkan waktu minimal sehari setelah peristiwa atau saat berita berlangsung, karena hal tersebut menjadikan media *online* sangat disukai dan menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan sebuah informasi, setiap saat dan setiap waktu.

Saat ini kita hidup dalam masyarakat yang terus berubah. Perubahan dalam cara berkomunikasi yang dilakukan umat manusia yang jelas telah membawa hal penting dalam hidup mereka. McQuail (2011, p. 148) mengatakan media massa telah berubah begitu banyak, dimulai dari awal abad ke-20 yang bersifat satu arah, kini media telah bertindak dua arah atau interaktif, dimana tujuan utamanya adalah untuk penggunaan publik.

Gambar 1.1
Penetrasi Pengguna Internet



Sumber: Apji.or.id 2019

Berdasarkan hasil survei APJI dan Polling Indonesia jumlah pengguna internet di Indonesia pada 2018 bertambah 27,91 juta (10,12%) menjadi 171,18 juta jiwa. Artinya penetrasi pengguna internet di tanah air meningkat menjadi 64,8% dari total penduduk yang mencapai 264,16 juta jiwa. Sementara berdasarkan spasial, Jawa masih menjadi wilayah pengguna internet terbesar di Indonesia, yakni mencapai 55%. Adapun pengguna internet terbesar berikutnya adalah Sumatera (21%), Kalimantan (9%). Kemudian Sulawesi, Maluku dan Papua (10%) serta Bali dan Nusa Tenggara (5%).

Seiring berjalannya waktu, penelitian pun dilakukan bukan hanya terhadap media saja melainkan terhadap khalayak medianya. Psikologi telah lama menelaah efek komunikasi massa pada perilaku penerima pesannya. *Annual review of psychology* hampir selalu menyajikan berbagai hasil penelitian psikologis tentang efek komunikasi massa. Karena perbedaan teknis, maka sistem komunikasi massa juga mempunyai

karakteristik psikologis yang khas dibandingkan dengan sistem komunikasi interpersonal. Ini tampak pada pengendalian arus informasi, umpan balik, stimulasi alat indra, dan proposi unsur isi dengan hubungan (Rakhmat, 2008, p.187).

Pengaruh media massa juga disaring oleh pemuka pendapat. Pengaruh interpersonal ternyata lebih dominan daripada media massa. Khalayak juga bukan lagi tubuh pasif yang menerima apa saja yang disuntikan kedalamnya. Khalayak menyaring informasi melalui proses yang disebut terpaan selektif dan persepsi selektif (Rakhmat, 2008, p.198).

Setiap individu memiliki pandangan tersendiri tentang sebuah media berdasarkan pengalaman individu tersebut dalam membaca sebuah media. Hal tersebut dinamakan persepsi terhadap media. Persepsi merupakan pengalaman tentang sebuah objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Atau bisa dibidang persepsi ialah pemeberian makna pada sesuatu peristiwa atas sebuah objek berdasarkan sebuah pengalaman seseorang (Rakhmat, 2008, p. 51).

Mcluhan (1964) dalam (Rakhmat, 2008, p.193) menguraikan perkembangan sejarah berdasarkan media massa. Ia membagi sejarah umat manusia berdasarkan tiga babak :

1. Babak Tribal, ketika alat indera manusia bebas menangkap berbagai stimuli tanpa dibatasi teknologi komunikasi.

2. Babak Gutenberg, ketika mesin cetak menyebabkan orang berkomunikasi secara tertulis dan membaca dari kiri ke kanan. Di sini hanya indera mata yang mendapat stimuli, sehingga manusia akan cenderung berpikir linear seperti membaca dari kiri ke kanan
3. Babak Neotribal, ketika alat-alat elektronis memungkinkan manusia menggunakan beberapa macam alat indera dalam komunikasi.

Tak dapat dipungkiri, perkembangan media massa yang terus berubah dari waktu ke waktu itu juga disebabkan oleh implikasi sejarah perkembangan manusia itu sendiri. Artinya, perkembangan komunikasi itu tidak akan ada kalau manusia tidak ingin berkembang. Dapat dikatakan, perkembangan komunikasi sejalan dengan perkembangan sejarah manusia (Nurudin, 2007, p. 39).

Abad komunikasi massa dipaksa berkembang lebih cepat lagi dengan munculnya internet sebagai bagian dari media massa. Internet telah mampu mengatasi ruang dan waktu proses penyebaran informasi di dunia ini. Hal itu dapat terjadi karena kemampuan manusia yang terus melakukan perkembangan, eksplorasi, dan penelitian demi kemajuan di bidang teknologi komunikasi massa salah satunya dengan munculnya multimedia (Nurudin, 2007, p. 60).

Bukan sebuah fenomena baru penggunaan multimedia dalam situs berita. Karena sejak 1997 beberapa situs berita di Inggris sudah mengembangkannya. Mengutip Hermida dalam (Thurman dan Lupton

2008, p.4) situs *BBC News* sudah mulai dengan menampilkan berita dalam video dan berita dengan audio.

Menurut Barnhurst (2013) dalam Formas Juitan Lase (2016, p.2) perpindahan dari medium cetak ke digital ini juga membawa konsekuensi pada perubahan praktik jurnanisme yang kini beroperasi ke dalam format digital. Tren jurnanisme berubah dengan mengandalkan berita yang pendek-pendek, mengagungkan kecepatan, namun cenderung dangkal. Seiring berjalannya waktu, penggunaan elemen multimedia menjadi semakin berkembang. Multimedia di sini adalah menggabungkan elemen audio, foto, teks, animasi, infografi dalam satu paket kemasan.

Bandrust (2013) di kutip dari Formas Juitan Lase (2016, p.2) tren multimedia ini tidak berhenti sampai di situ. Kini multimedia dalam praktik jurnanisme telah menggabungkan beberapa elemen lain yakni pada jenis tulisan panjang dan mendalam. Jenis tulisan ini dikenal dengan istilah “*longform journalism*” yakni teknik penulisan naratif di media digital yang dilengkapi dengan elemen-elemen multimedia seperti video, infografik, peta, animasi, foto dan seterusnya. Penggabungan dua jenis jurnanisme ini disebut dengan istilah jurnanisme *multimedia longform*.

Di Indonesia sendiri konten *multimedia storytelling* sudah mulai berkembang, beberapa media *online* yang mengembangkan konsep *multimedia storytelling* dalam penyajian beritanya adalah Tempo dengan *investigasi.tempo.co*, Detik dengan *x.detik.com* dan Kompas dengan *vik.kompas.com*.

VIK atau Visual Interaktif Kompas adalah sebuah media baru berbasis *online* yang merupakan produk dari Kompas Gramedia Group. VIK adalah salah satu media *online* di Indonesia yang menggunakan konsep *multimedia storytelling* dalam setiap artikel yang dikeluarkan. Kompas Gramedia (2016, para. 12) menyatakan bahwa Kompas memiliki sejarah jurnalistik yang berkualitas. Nilai-nilai jurnalistik tersebut dibawa ke *Kompas.com* melalui VIK yang menyediakan berita secara interaktif dengan format multimedia.

Gambar 1.2
Tampilan VIK, “Pemilu Serentak 2019 Sejarah Demokrasi” di vik.kompas.com

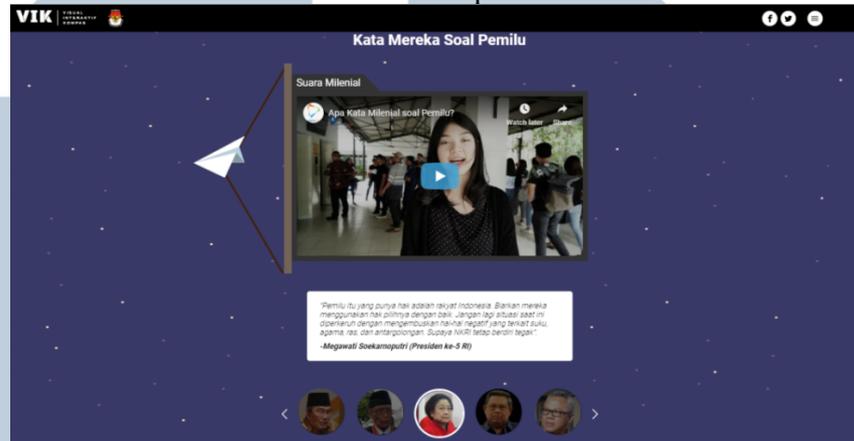


Sumber: vik.kompas.com, 2019

Stevens (2003) menyatakan bahwa multimedia melibatkan pendekatan yang baru dalam konteks *news gathering* dan merupakan hal yang baru untuk menceritakan kisah-kisah dengan menggunakan teks, audio, video, dan grafis yang disajikan dengan format nonlinier sehingga informasi menyatu dan tidak terlihat berlebihan (dalam Quinn dan Lambie, 2008, p.

74).

Gambar 1.3
Tampilan Konten VIK “Pemilu Serentak 2019 Sejarah Demokrasi” di
vik.Kompas.com



Sumber: Vik.Kompas.Com, 2019

Dengan konsep *multimedia storytelling* yang ditawarkan media *online*, berharap bahwa kebiasaan mengkonsumsi berita bagi pengguna internet, dapat meningkatkan jumlah pembaca. Karena tampilan *multimedia storytelling* itu sendiri sebenarnya berlawanan dengan konsep media online tentang kecepatan penyajian, karena butuh proses yang panjang untuk dapat menyajikan satu buah berita narasi.

Namun tidak semua berita khususnya *hardnews* dapat disajikan dalam bentuk *multimedia storytelling*. Jenis *multimedia storytelling* membutuhkan waktu yang relatif lebih lama dalam hal produksi, karena harus memasukan elemen multimedia selain teks, seperti animasi, grafis dan elemen media lainnya yang selaras dengan informasi berita.

Sebagai jenis produk berita jurnalistik baru, VIK memiliki tantangan untuk dapat memuaskan para pembacanya. Oleh karena itu membicarakan era jurnalistik baru tidak sekedar membahas persoalan perangkat semata, tetapi juga melibatkan beberapa aspek para

penggunanya. Perangkat akan berjalan sesuai dengan prosedur atau bahasa program yang telah ditetapkan, penggunalah yang pada akhirnya akan menentukan proses komunikasi melalui perangkat tersebut (Nasrullah, 2014, p.17).

Jika dikaitkan dengan persepsi dapat disimpulkan bahwa, persepsi adalah proses pemberian makna dan interpretasi, dari pengalaman yang diterima melalui indera mereka terhadap apa yang ditampilkan dalam multimedia storytelling VIK sesuai dengan latar belakang pendidikan dan minat masing – masing individu tersebut. Individu dalam penelitian ini adalah mahasiswa. Karena mahasiswa dikira mampu memberikan pendapat mereka secara intuitif berdasarkan pengalaman mereka saat menerima pembekalan belajar di universitas masing-masing.

Hal ini dikuatkan oleh Jalaluddin Rakhmat yang mengatakan bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang sebuah objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Atau bisa dibilang persepsi ialah pemeberian makna pada sesuatu peristiwa atas sebuah objek berdasarkan sebuah pengalaman seseorang (Rakhmat, 2008, p. 51).

Secara pengalaman dalam proses perkuliahan, mahasiswa memiliki kemampuan untuk memecahkan masalah yang kompleks termasuk mengembangkan *alternative* masalah yang mereka hadapi. Kemampuan mahasiswa untuk melihat suatu kasus dari berbagai sudut pandang

sehingga tampak bahwa mereka mampu melihat suatu persoalan secara kritis dikutip dari Sarwono dalam Aris (2019, p.1).

Andoko (2010 , p. 39) menyatakan bahwa generasi *millennials* merupakan generasi yang native, yaitu generasi yang dikelilingi oleh munculnya berbagai perangkat digital seperti komputer, telepon selular dan perkembangan internet yang semakin meluas. Perangkat digital menjadi alat utama dalam menelusuri informasi.

Mahasiswa adalah setiap orang yang secara terdaftar untuk mengikuti pelajaran disebuah perguruan tinggi dengan batasan umur sekitar 18 – 30 tahun. Kemudian pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada generasi milenials. Generasi *millennials* atau yang sering disebut juga sebagai generasi Y, adalah generasi yang muncul setelah generasi X. Generasi ini merupakan generasi yang paling beragam (Brand Amplitude, 2008, p. 5).

1.1 Tabel Pembagian Generasi

Generasi	Lahir (Tahun)
<i>GI Generation</i>	1901 – 1924
<i>Silent Generation</i>	1920 – 1946
<i>Baby Boom Generation</i>	1946 – 1964
<i>Generation X</i>	1965 – 1979
<i>Millennial Generation</i>	1980 – 1999
<i>Generation Z</i>	2000 -

Sumber: U.S Chamber of Commerce Foundation. 2012. The Millennial Generation Research Review. USA: U.S Chamber of Commerce Foundation.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latarbelakang yang dikemukakan di atas. Rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana persepsi mahasiswa terhadap *multimedia storytelling*.

1.3. PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah, Penulis menjabarkan melalui pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap *multimedia storytelling* di Visual Interaktif Kompas?
2. Apakah inovasi Kompas dalam menerapkan *multimedia storytelling* dalam era new media dapat diterima masyarakat?

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap *multimedia storytelling* di Visual Interaktif Kompas.
2. Untuk mengetahui inovasi Kompas dalam menerapkan *multimedia storytelling* dalam menghadapi era new media diterima masyarakat atau tidak.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.5. KEGUNAAN PENELITIAN

1.5.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini nantinya diharapkan mampu menjadi tambahan kajian ilmiah mengenai persepsi masyarakat terhadap *multimedia storytelling* di Visual Interaktif Kompas. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan apabila peneliti lain hendak mengambil sudut pandang dan metode yang berbeda dari yang sudah dituliskan penulis. Melalui penelitian ini, peneliti hendak memaparkan tentang konsep multimedia storytelling yang saat ini tengah berada di era konvergensi media dalam mengkonsumsi media.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran pengetahuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengetahui bagaimana penilaian masyarakat tentang *multimedia storytelling* yang dilakukan oleh Visual Interaktif Kompas dalam menghadapi era konvergensi media.

1.5.3. Kegunaan Sosial

Peneliti mengharapakan bahwa dari penelitian ini, masyarakat dapat mengetahui akan adanya sebuah media berita *online* yang menampilkan berita secara mendalam dengan data-data komperhensif. Sehingga masyarakat dapat menggunakan penelitian ini utuk menambah pengetahuan tentang media tersebut.

1.6. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian terbatas hanya meneliti terhadap sebagian kecil mahasiswa dan bukan berasal dari seluruh universitas yang ada di Indonesia. Penelitian juga membatasi objek penelitian pada VIK Kompas. Walaupun sebenarnya bukan hanya VIK Kompas yang melakukan konsep *multimedia storytelling*. Hal ini karena peneliti melihat VIK adalah salah satu media *online* di Indonesia yang menggunakan konsep *multimedia storytelling* dalam setiap artikel yang dikeluarkan. Kompas Gramedia (2016, para. 12) menyatakan bahwa Kompas memiliki sejarah jurnalisme yang berkualitas. Nilai-nilai jurnalisme tersebut dibawa ke *Kompas.com* melalui VIK yang menyediakan berita secara interaktif dengan format multimedia.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA