



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 II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

a. TAWAN, “IRONMAN” SEJATI DARI BALI

Teknik : Multimedia Interactive

Produksi : Visual Interaktif Kompas (VIK)

Tahun: 2016



Sumber: vik.kompas.com, 2018

Gambar 2.1 *Header* liputan Tawan, “Iron Man” Sejati Dari Bali

Sutawan “Tawan”, seorang “Iron Man” asal Bali yang menciptakan sebuah lengan robot untuk menggantikan fungsi kerja lengan kirinya. Lengan kirinya lumpuh akibat penyakit stroke yang dideritanya, sehingga Sutawan

yang berprofesi sebagai tukang las harus mencari cara agar dapat kembali bekerja. Kisahnya dirangkum oleh VIK dalam bentuk *multimedia interactive story-telling*, dengan gaya berita feature berkategori profil. Kisah Tawan dan lengan robotnya dilengkapi dengan unsur-unsur pendukung seperti video, foto, dan peta lokasi kediamannya. Karya ini memang tidak memiliki persamaan dalam segi tema, namun memiliki persamaan dalam struktur teknis. Bentuk peliputan berjenis berita profil mengenai satu tokoh, yakni Sutawan, sama seperti karya yang penulis rancang. Kelebihan karya penulis terhadap karya ini adalah elemen interaktivitas pada animasi gambar. Selain mengandalkan ilustrasi yang interaktif, penulis akan mengandalkan format-format gambar lain seperti *Graphic Interchange Format (GIF)* dan juga efek *scrolling* yang lebih menarik. Bila pada peliputan Sutawan, gambar merupakan *still image* atau gambar tetap dan tidak bergerak, maka pada karya penulis, gambar akan masuk kedalam layar seiring dengan proses *scrolling* yang dilakukan oleh pembaca.

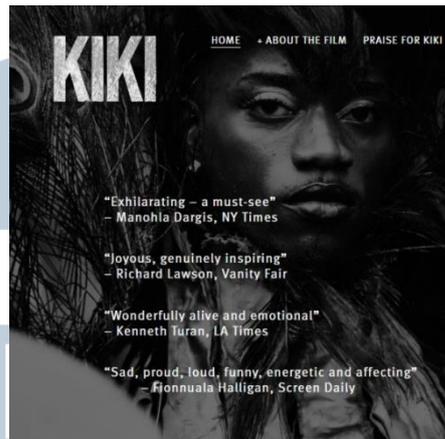
b. KIKI

Teknik : Film Dokumenter

Produksi : Story dan Hardworking Movies

Tahun : 2016

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Sumber: kikimovie.com, 2018

Gambar 2.2 Kritik Film pada Website Resmi Kiki

KIKI adalah sebuah film bertemakan LGBT yang dirilis pada tahun 2016. Film ini pertama kali tayang pada festival film internasional Sundance. KIKI bercerita tentang pergerakan suatu komunitas LGBT yang terselubung di kota New York, dimana komunitas LGBT dengan golongan ras minoritas (kulit hitam dan latin) bergabung dalam aktivitas menari dan kompetisi yang dinamakan "Vouging". Film dokumenter ini mengangkat ruang aman atau yang lebih dikenal dengan "safe space" bagi para anggota LGBT berusia muda, yang secara umum dianggap tersingkirkan dari tatanan masyarakat. Perbedaan paling menonjol terhadap karya penulis terletak pada format produk; yang mana karya penulis berbentuk *multimedia interactive storytelling* sedangkan karya KIKI dibuat dalam bentuk film dokumenter yang berdurasi 1 jam 34 menit. KIKI sendiri mengangkat cerita tentang suatu kelompok LGBT yang terstruktur dalam komunitas dan organisasi. Maka, karya KIKI dapat dinikmati dalam jangkauan perspektif yang lebih luas,

karena melibatkan banyak subjek utama dalam satu film. Sedangkan karya yang hendak diangkat oleh penulis membahas secara mendetil kisah seorang tokoh, sehingga penulis dapat menyajikan cerita yang mendetil dengan fokus yang tidak terpecah. Meskipun sama-sama mengangkat tema perjuangan melawan diskriminasi golongan, namun perjuangan yang dilalui oleh tokoh yang penulis angkat menawarkan variasi yang berbeda, karena dilalui secara sendirian atau *personal*.

c. The LGBT church: a shelter from the storm – The Story podcast

Teknik : Podcast

Produksi : The Guardian

Tahun : 2018



Sumber: theguardian.com, 2018

Gambar 2.3 Podcast pada liputan “The LGBT Church: A Shelter from The Storm”

Pada tanggal 5 Oktober 2018, The Guardian merilis sebuah artikel yang disertai dengan laporan berbentuk podcast. Peliputan ini mengangkat kisah para kaum LGBT yang ditolak oleh struktur religius di Britania Raya, dan sebuah gereja kecil di London yang bergerak melawan budaya diskriminatif tersebut. Di Britania Raya, kaum LGBT masih sering dikucilkan, ditolak, dan dipaksa untuk merubah orientasi seksual mereka oleh komunitas-komunitas religius. Dalam podcast yang berdurasi 23 menit dan 5 detik ini, The Guardian mengajak pembacanya untuk mendalami pengkisahan yang dibawakan dalam bentuk audio, sehingga dapat membangun suasana secara lebih nyata. Karya ini memiliki persamaan dalam bobot isu sosial yang hendak ditekankan, namun karya penulis menawarkan cerita yang berbeda. Jika liputan dari The Guardian mengangkat bagaimana sebuah gereja di London membukakan pintu mereka bagi kaum LGBT yang tertolak, karya penulis mengangkat cerita tentang seorang anggota LGBT yang berjuang melawan penolakan tersebut tanpa adanya dukungan institusi manapun. Kaum LGBT di London memiliki ruang aman (safe space) dengan penerimaan dalam sebuah institusi religius yang bersifat melawan arus, sehingga cerita mencakup bagaimana sebuah pergerakan kontra merangkul kaum-kaum tertolak. Sedangkan karya penulis akan menelusuri secara personal perjuangan individu yang tidak memiliki dukungan yang sama, bahkan sikap diskriminasi terbesar datang dari orang-orang terdekat dalam hidupnya. Karya penulis juga hadir dengan alternatif menikmati informasi melalui pemaparan visual. Karya penulis bersifat melengkapi, dengan

menyertakan gambar-gambar ilustrasi yang interaktif, maupun video, sehingga dapat menambahkan suasana yang lebih nyata pada pemberitaan.

Tabel 2.1 Tabel Matriks Perbandingan Karya

	Karya 1	Karya 2	Karya 3	Karya Penulis
Judul	Tawan: “Iron Man” Sejati dari Bali	KIKI	The LGBT church: a shelter from the storm	DIA
Format	<i>Website</i>	Film	<i>Website</i>	<i>Website</i>
Konsep	<i>Multimedia Interactive Story</i>	Dokumenter	<i>Multimedia Interactive Story</i>	<i>Multimedia Interactive Story</i>
Aspek Multimedia	Teks, Gambar, Video, Kurasi Media Sosial	Video dan Audio	Teks, Gambar, Audio	Teks, Gambar, Audio, Video, <i>Graphic Interchange Format (GIF)</i>
Interaktivitas	✓	x	✓	✓

2.2 Teori/ Konsep yang Digunakan

2.2.1 Pengertian LGBT

Homoseksualitas telah menjadi polemik bagi masyarakat dunia beberapa dekade terakhir. Banyak perdebatan pro dan kontra yang dilontarkan terhadap topik homoseksualitas, namun, sejarah mencatat variasi gender dan intimasi hubungan sesama jenis sebagai suatu hal yang telah ada untuk waktu yang lama. Gibson, Meem, dan Alexander (2013) memperkuat pernyataan ini dengan penemuan bahwa hubungan sesama jenis, kedekatan, dan variasi gender dapat ditemukan dalam hampir semua budaya yang pernah dicatat sejarah (Gibson, Meem, & Alexander, 2013, p.2). Pada masa ini, timbul sebuah terminologi baru yang memayungi variasi gender, yakni “Queer”. Cheng (2011), menjelaskan kata “queer” merupakan terminologi payung (*umbrella term*) yang merujuk secara menyeluruh dan tidak terbatas pada kaum lesbian, gay, biseksual, transgender, interseksual, mempertanyakan (*questioning*). Queer juga digunakan untuk mengelompokkan orang-orang yang tidak mengidentifikasi diri mereka sebagai individu dengan gender bertentangan dengan norma, namun memiliki solidaritas terhadap perjuangan hak kaum LGBT (Cheng, 2011, np).

Cheng (2011) juga menjabarkan secara jelas perbedaan dari seksualitas dan identitas gender. Seksualitas merujuk pada ketertarikan emosional maupun fisik antara individu yang berlawanan jenis, sesama jenis, maupun atraksi terhadap kedua jenis. Wanita dengan ketertarikan seksual terhadap

sesama wanita disebut “lesbian”, laki-laki dengan ketertarikan seksual terhadap sesama lelaki disebut “gay”, individu yang tertarik pada lelaki dan wanita disebut “biseksual”, dan seluruh terminologi ini dapat dirangkum dalam kata yang lebih universal yakni “homoseksualitas” (Cheng, 2011, p.2).

Cheng (2011) menjelaskan, identitas gender adalah penerimaan dan identifikasi seorang individu terhadap gender yang dimilikinya, baik lelaki atau perempuan, tanpa mempertimbangkan gender yang didapatnya dari lahir. Seseorang tidak perlu melalui operasi yang dapat mengubah identifikasi biologis untuk mengidentifikasi dirinya dengan gender yang berbeda (Cheng, 2011, p.2). Individu yang mengidentifikasi diri mereka berbeda dari gender biologis mereka disebut dengan istilah “transgender”, individu yang menolak mengidentifikasi gendernya disebut “queergender, dan individu yang lahir dengan kedua alat kelamin disebut dengan “intersex” (Cheng, 2011, p.2).

2.2.2 LGBT di Indonesia

Indonesia memiliki sejarah panjang yang cukup dekat dengan LGBT. Hal ini diperkuat perkataan Kusumadewi, seorang sosiolog Universitas Indonesia dalam Priherdityo (2017) yang menyatakan bahwa masyarakat Indonesia memiliki sejarah yang kaya akan keragaman, contohnya sosok transgender yang muncul dalam beberapa budaya (“Sosiolog: Indonesia Belum Jadi Tempat Nyaman bagi LGBT”, para. 5).

United Nations Development Programme (UNDP) (2013), telah merangkum sebuah laporan yang merupakan hasil diskusi dari forum terbuka Dialog Komunitas LGBT Nasional Indonesia. UNDP (2013) memberikan gambaran umum mengenai hak asasi LGBT di Indonesia, yakni; (1) hukum nasional tidak memberi dukungan bagi kelompok LGBT meskipun homoseksualitas tidak ditetapkan sebagai tindak pidana; (2) perkawinan dan adopsi oleh kaum LGBT tidak diperbolehkan; (3) tidak adanya undang- yang tegas berkenaan dengan anti-diskriminasi terhadap masyarakat dengan orientasi seksual maupun identitas gender; (4) hukum Indonesia hanya mengakui dua gender saja (laki-laki dan perempuan), sehingga individu transgender yang tidak melakukan operasi perubahan gender dapat mengalami kesulitan dalam pengurusan dokumen identitas dan hal yang terkait; (5) Sejumlah peraturan daerah melarang homoseksualitas dan merujuknya pada tindakan pidana karena dianggap sebagai tindakan tidak bermoral, meskipun empat dari lima Perda yang terkait tidak secara tegas mengatur hukumannya (United Nations Development Programme [UNDP], 2013, p.9 & 10).

Penulis juga menemukan fakta-fakta general terkait penerimaan kaum LGBT di Indonesia, yakni;

- a. Berdasarkan data yang didapat dari diskusi laporan Badan Perserikatan Bangsa-Bangsa yang menangani pembangunan (UNDP), 89,3% kaum LGBT di Jakarta, Yogyakarta, dan Makassar pernah mendapat perlakuan kekerasan dan diskriminasi. Tindak kekerasan terbagi menjadi lima bagian, yakni kekerasan

- fisik, psikis, seksual, ekonomi, dan budaya (Rustinawati dalam BBC, 2014, para. 3)
- b. Tidak ada undang-undang anti-diskriminasi yang secara spesifik berkaitan dengan orientasi seksual atau identitas gender (BBC, 2014, para. 6).
 - c. Hasil Survei Saiful Mujani Research Center (SMRC) menyatakan sebanyak 41,1% responden menilai LGBT tidak punya hak hidup di Indonesia (Kirnandita, 2018, para. 4)

2.2.2.1 Framing LGBT dalam Media di Indonesia

Mengikuti pecahnya isu LGBT di awal tahun 2016, Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) (2016) merilis pernyataan dalam situs web resmi mereka berkenaan dengan imbauan terkait pemberitaan media terhadap isu LGBT.

Di sela maraknya pemberitaan tentang LGBT, Aji (2016) menilai beberapa pemberitaan berindikasi melanggar UU Pers, Kode Etik Jurnalistik maupun Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) 2012 (AJI, 2016, para. 1).

Adapun undang-undang, kode etik, dan pedoman perilaku penyiaran yang menurut AJI telah dilanggar oleh praktik pers Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Undang-undang Pers Nomor 40 Tahun 1999, pasal 6 yang mengamanatkan pers nasional untuk melaksanakan peranan dalam memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui, menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebhinekaan. Pers juga dituntut untuk mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar (AJI, 2016, para.2)
- b. Dalam Kode Etik yang dirumuskan 29 organisasi profesi pada 2006, pasal 1 mengamanatkan: “Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk” (AJI, 2016, para.3).
- c. Dalam Kode Etik yang dirumuskan 29 organisasi profesi pada 2006, pasal 8 mengamanatkan: “Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani.” (AJI, 2016, para.3).
- d. Dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) 2012, Bab XI pasal 15 ayat 1, mengamanatkan perlindungan kepada individu maupun

kelompok masyarakat tertentu, termasuk didalamnya orang atau kelompok dengan orientasi seksual atau identitas gender tertentu (AJI, 2016, para. 5)

e. Dalam P3SPS 2012, Bab XI pasal 15 ayat 2, mengamanatkan lembaga penyiaran dilarang menyiarkan atau menyajikan program yang menertawakan, menghina atau merendahkan kelompok masyarakat, termasuk individu atau kelompok dengan orientasi seksual dan identitas gender tertentu (AJI, 2016, para. 5)

f. Pada Bab XVIII P3SPS juga menekankan lembaga penyiaran untuk mengedepankan prinsip-prinsip jurnalistik, diantaranya menjunjung prinsip keberimbangan, adil, tidak beritikad buruk, dan seterusnya (AJI, 2016, para. 6).

AJI menilai, media-media di Indonesia telah melakukan kelalaian terkait pemberitaan isu LGBT pada awal 2016 ketika isu LGBT menjadi polemik bangsa. Media dinilai cenderung tidak berimbang, tidak jernih mengulas permasalahan, dan memiliki potensi melakukan kekerasan simbolik terhadap kelompok marjinal dalam pemberitaannya (AJI, 2016, para. 7)

Berdasarkan penjelasan AJI, berikut penulis sertakan beberapa contoh artikel berita yang pernah terbit tentang LGBT;

Tabel 2.2 Contoh judul dan rangkuman isi artikel berita LGBT

No.	Nama Media	Judul Artikel dan link	Keterangan
1	Republika	LGBT adalah Penyakit Mental dan Bisa Disembuhkan Link: https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/18/01/30/p3dlbf384-lgbt-adalah-penyakit-mental-dan-bisa-disembuhkan	Sepanjang artikel, Republika dengan kokoh memberikan penjelasan bahwa LGBT merupakan penyakit jiwa, dan dapat disembuhkan, semua berdasarkan analisa seorang neuro-psikolog Ihshan Gumilar. Meski begitu terdapat bantahan beserta fakta pendukung ilmiah dari Asosiasi Psikiatri Amerika bahwa LGBT bukanlah penyakit jiwa (BBC, 2016).
2	VOA Indonesia	Pemerintah: Tak Ada Ruang untuk Gerakan Hak LGBT Link: https://www.voaindonesia.com/a/pemerintah-tak-ada-ruang-untuk-gerakan-hak-lgbt/3461513.html	Komunitas LGBT merasa pemerintah telah bertindak opresif dengan menyatakan LGBT tidak memiliki ruang untuk tinggal di Indonesia apabila tindakan yang dilakukan menghasut orang lain untuk masuk ke dalam paham mereka. Presiden dinilai “tidak memahami hak manusia.”
3	Media Indonesia	Waspadai Maraknya Promosi LGBT Link:	Judul artikel terbilang cukup negatif karena mengandung ajakan untuk mewaspadaai isu yang menyangkut

		<p>http://mediaindonesia.com/read/detail/29116-waspadai-maraknya-promosi-lgbt</p>	<p>LGBT, dan isi artikel mencakup ajakan membatasi budaya yang menyangkut LGBT, serta mencoba memperbaikinya.</p>
4	BBC	<p>“LGBT yang salah, atau cara pandang saya tentang agama yang keliru?”</p> <p>Link: https://www.bbc.com/indonesia/majalah/2016/02/160216_trensosial_muslim_lgbt</p>	<p>BBC dengan lantang meliput hal yang dapat mengundang kritik dari golongan religius karena keberaniannya mempublikasikan berita bersifat sensitif (Agama dan LGBT), namun dapat dilihat dari beberapa artikel lain, BBC mencoba memperkenalkan LGBT dari sudut pandang yang lebih positif dan banyak meliput aspirasi narasumber kaum LGBT.</p>
5	Kompas Online	<p>Pemerintah Hapus Frasa yang Mendiskriminasi LGBT dalam RKUHP</p> <p>Link: https://nasional.kompas.com/read/2018/05/30/22472371/pemerintah-hapus-frasa-yang-mendiskriminasi-lgbt-dalam-rkuhp</p>	<p>Isi artikel menjabarkan fakta-fakta yang aktual tentang isu LGBT di Indonesia, seperti dalam contoh ini, pemerintah mencabut frasa “yang sama jenis kelaminnya” dari salah satu pasal dalam RKUHP.</p>

2.2.3 Konvergensi Jurnalisme

Masyarakat sebagai konsumen menghabiskan banyak waktu menggunakan media. Media bukan lagi menjadi sekedar sarana mencari informasi, namun sebagai kemudahan dalam melakukan berbagai hal. Banyak waktu yang dimanfaatkan untuk menggunakan media, misalnya menonton televisi, mendengar radio, mengirimkan pesan singkat, dan lainnya. Seperti yang dinyatakan oleh Meikle dan Young (2011), “Media bukan lagi menjadi sesuatu yang kita tonton, dengar, dan baca saja – kini media adalah apa yang kita lakukan.” (p.2)

Seiring waktu berkembangnya teknologi, metode penyampaian informasi turut mengikuti lajunya. Dari cara konvensional berita disampaikan, seperti melalui koran, televisi, dan radio, kini masyarakat mengenal perpaduan beberapa platform penyampaian berita. Hal ini yang sekarang lazim disebut sebagai konvergensi jurnalisme, atau konvergensi media. Northrup (n.d) menjelaskan, tidak ada definisi yang pasti bagi konvergensi media, karena konvergensi ditentukan oleh kondisi pasar media yang berbeda di setiap lokasi. Menurut Northrup (n.d), secara luas konvergensi adalah proses ketika perusahaan media keluar dari cara dan bentuk tradisional penyampaian berita untuk beralih kepada penyampaian yang lebih kaya dengan bentuk yang ingin diakses oleh konsumen (Dikutip dalam Quinn, 2005, p. 8). Sehingga, konvergensi bergerak seiring dengan *demand* konsumen dalam preferensinya menerima informasi.

Jurnalis kini dituntut menguasai banyak bidang untuk memproduksi berita yang selaras dengan konvergensi media. Quinn (2005) mengatakan bahwa di beberapa tempat, seorang jurnalis dengan spesialisasi topik tertentu diharuskan memiliki kemampuan untuk mengerahkan segala bentuk media dalam mendistribusikan informasi yang dimilikinya, sehingga informasi tersebut dapat dinikmati dalam banyak manifestasi (Quinn, 2005, p.6). Namun, Quinn (2005) menilai, reporter individual yang melakukan reportase berbasis multimedia lebih cocok dan dapat dilangsungkan pada kejadian berita yang berskala kecil, jika berskala besar, reportase yang dijalankan dengan metode ini akan kalah dengan kelompok reporter yang bekerja di bawah naungan satu media. Karya yang dihasilkan dinilai tidak dapat menghasilkan kualitas yang baik (Quinn, 2005, p.11).

Terdapat tiga jenis konvergensi menurut Grant dalam Prihartono (2016), yakni:

- a. Konvergensi *Newsroom*; konvergensi ini berarti jurnalis dari latar berbeda (surat kabar, *online*, televisi, dan seterusnya) bersatu dan bekerja dalam satu ruang berita yang sama, namun tetap mengerjakan tugas sesuai dengan latarnya.
- b. Konvergensi *Newsgathering*; konvergensi ini berarti seorang jurnalis dituntut untuk dapat melakukan *multitasking* dalam mengumpulkan berita dengan cara menguasai kemampuan jurnalis dengan latar lain dalam satu grup. Misalnya, seorang

jurnalis media cetak dituntut untuk memiliki kemampuan dalam memproduksi berita bagi media online, radio, bahkan televisi. Tuntutan tidak terbatas pada membuat berita teks saja, namun jurnalis juga dituntut agar bisa memiliki kemampuan mengambil foto dan video secara profesional.

- c. Konvergensi *Content*; konvergensi ini berarti berita disajikan dalam bentuk multimedia, atau kombinasi dari elemen teks, gambar, audio, video, blog, *podcast*, dan *slide show*. (Grant dalam Prihartono, 2016, p. 5)

2.2.3.1 Konvergensi Media di Indonesia

Media di Indonesia memiliki persaingan bisnis yang cukup ketat, sehingga tuntutan *trend* konvergensi harus dilakukan demi mengikuti perkembangan zaman. Media yang dulu hanya mengenal sarana konvensional dalam penyebaran informasi, kini telah berkembang menjadi sarana informasi *multiplatform*. Pratopo dan Kusajibrata (2018) memaparkan, transformasi redaksi dalam konvergensi operasional (*newsroom*) memunculkan tantangan baru dalam pelatihan, kultur organisasi, dan gaya manajemen. Konvergensi berarti meninggalkan prinsip-prinsip profesi yang telah dijalankan jurnalis dalam beberapa dekade (Pratopo & Kusajibrata, 2018, p. 8).

Banyak media berlomba-lomba saling melengkapi dengan menghadirkan platform berbeda. Misalnya, Kompas Gramedia kini memiliki Kompas Online (kompas.com), Koran KOMPAS, dan KOMPAS TV. Media Group memiliki Metro TV, Metro TV Online (metrotvnews.com), surat kabar Media Indonesia, dan seterusnya. Contoh spesifik yang dapat penulis jabarkan datang dari media Tempo. Menurut Pratopo dan Kusajibrata (2018), transformasi menuju konvergensi redaksi kelompok Tempo Inti Media muncul setelah terbentuknya *Tempo News Room* (TNR). TNR mengadopsi sistem liputan yang berjalan selama 24 jam setiap hari. Penerapan sistem kerja ini dimaksudkan untuk mendukung platform media online mereka yakni Tempointeraktif.com (sekarang Tempo.co). Para reporter berada dibawah kembali TNR (Pratopo & Kusajibrata, 2018, p.10). Laporan berita TNR tidak hanya disajikan untuk satu media saja, melainkan media lain dibawah naungan tempo seperti Koran Tempo dan majalah Tempo. Namun, contoh ini diambil sebelum Tempo melakukan dekonvergensi.

2.2.4 Peliputan Berita Multimedia

Wenger dan Potter (2012) memberikan saran untuk melihat setiap kejadian berita dalam bingkai multimedia, sehingga seorang jurnalis tidak mencari elemen yang dapat digunakan untuk berbagai platform berita setelah reportase selesai, melainkan memiliki strategi dari awal (Wenger &

Potter, 2012, p. 55). Contohnya, mengumpulkan data secara lengkap. Jika peliputan untuk media televisi membutuhkan elemen-elemen yang mudah diterima penonton secara lugas dan cepat, maka media seperti situs web menuntut elemen yang dapat menjabarkan informasi secara lebih mendetil dan spesifik, sehingga dapat dinikmati oleh pengunjung situs secara menyeluruh dan efektif. Elemen-elemen peliputan berita tersebut nantinya dikemas dalam bentuk foto, video, teks, grafis, dan komponen multimedia lainnya. Dube mengatakan, jurnalis yang mengacu pada situs web sebagai sarana penyampaian informasi harus mengumpulkan elemen-elemen yang selaras, seperti mencari kata-kata yang cocok digabungkan dengan gambar yang telah diliput, data yang dapat dijadikan interaktif, dan sebagainya (dikutip dalam Wenger & Potter, 2012, p.57).

Elemen-elemen peliputan berita multimedia dapat dijabarkan seperti berikut:

a. Suara (Sound)

Heist (n.d) menyebutkan “Suara membuat cerita menjadi hidup.” (Dikutip dalam Wenger & Potter, 2012, p.59). Elemen suara sangat penting dalam jurnalisme multimedia, karena kegunaannya sebagai podcast, maupun mendampingi video. Suara wawancara harus sejelas mungkin agar pendengar dapat mengerti informasi yang hendak disampaikan dengan mudah. Suara natural atau *background sound* hadir sebagai pelengkap yang efeknya dapat membawa penerima informasi untuk merasakan lebih dekat situasi yang sedang

digambarkan melalui audio, sehingga terasa seperti merasakan secara langsung (Wenger & Potter, 2012, p.59). Wenger dan Potter juga membagikan saran dalam merekam suara. *Ambient Sound* atau suara suasana, disarankan direkam selama satu menit di setiap lokasi karena akan sangat berguna saat hendak menyunting transisi pada audio karya. Disarankan juga untuk membawa perekam suara yang berbeda sehingga merekam suara suasana dapat dilakukan dengan lebih mudah pada perekam suara cadangan (Wenger & Potter, 2012, p.62). *Online Use* atau diperuntukkan bagi penggunaan online, jurnalis diperbolehkan mengambil gambar sebelum audio (misalnya untuk *slideshow online*), namun jurnalis harus memastikan untuk merekam audio lengkap yang sesuai dengan gambar yang telah diambil (Wenger & Potter, 2012, p.63).

Vaughan (2006) memberikan beberapa tip dan saran untuk menyunting audio. Setidaknya, perangkat menyunting harus memiliki opsi berikut: (1) Banyak *Track*; kemampuan perangkat untuk mengombinasikan banyak rekaman atau *track* dan kemampuan perangkat untuk melakukan ekspor sehingga kumpulan *track* tersebut dapat digabungkan menjadi hasil akhir berupa suatu *file* audio. (2) *Trimming*; ruang kosong dan bagian-bagian audio dalam suatu *file* dapat dikurangi melalui proses *trimming*. Menu yang ditawarkan meliputi *cut* (memotong), *clear* (membersihkan), *erase* (menghapus), atau *silence* (mengheningkan). Perbedaan pada ukuran *file* juga dapat

dicapai melalui proses *trimming*. (3) *Splicing* dan *Assembly*; perangkat menyunting anda sebaiknya memiliki ruang untuk menyimpan potongan-potongan rekaman, sehingga fleksibilitas dapat dicapai dalam menyunting suatu karya, misalnya memindahkan potongan durasi rekaman yang pada awalnya berada pada akhir, menjadi pada awal. (Vaughan, 2006, p. 98)

Vaughan (2006) juga memberikan saran dalam cara menambahkan suara dalam proyek multimedia, seperti: (1) Tentukan format *file* yang cocok dengan perangkat lunak penyunting maupun medium pengiriman (seperti sarana menyimpan *file* dan kapasitas *bandwith* internet); (2) Tentukan kapabilitas pemutaran suara dalam sistem pengguna akhir; (3) Menentukan suara yang dibutuhkan pada setiap bagian dari proyek multimedia yang butuh didampingi oleh suara, dan buatlah lembar petunjuk; (4) Carilah material suara seperti efek suara dengan membuatnya atau membelinya; (5) Sunting suara sesuai dengan proyek; (6) Ujilah suara dan pastikan memiliki waktu putar yang sepadan dengan gambar maupun video proyek. (Vaughan, 2006, p. 110).

b. Teks

Vaughan (2006) mengatakan bahwa teks dan kemampuan untuk memahaminya merupakan gerbang menuju kekuasaan dan pengetahuan (Vaughan, 2006, p. 48). Dengan adanya *new media*

yang berbasis internet dan situs *World Wide Web*, teks menjadi kian penting dibandingkan sebelumnya. Kini beragam informasi seperti tulisan akademik, artikel majalah, dan bahkan buku online tersedia dan dapat dibaca melalui perangkat *web* (Vaughan, 2006, p. 48). Kekuatan makna juga dijunjung dalam pengerahan teks. Untuk menyampaikan informasi secara efektif, dipastikan pemilihan kata dan perangkaian yang digunakan akurat dan padat. Kata-kata akurat dan padat informasi ini yang nantinya dituntut untuk muncul dalam karya (Vaughan, 2006, p. 49).

Teks sendiri berkaitan dengan kerumitan dan penjabaran yang mendetil. Salah satu kelebihan teks dalam karya multimedia adalah karya yang lebih kompleks. Contohnya menurut Vaughan (2006), pada karya yang hanya berisikan bunyi dan suara, penerima informasi memang dapat dibawa masuk kedalam suasana, namun dinilai akan lebih cepat jenuh. Hal ini dikarenakan diperkukan usaha keras untuk memberi perhatian pada kata lisan daripada membaca teks dengan mata (Vaughan, 2006, p.53). Tentunya, saat membaca teks akan lebih mudah karena penerima informasi memiliki kendali penuh atas apa yang ingin mereka baca, apa yang dapat mereka baca kembali dan dengan mudah menghindari yang tidak ingin mereka baca.

Teks juga membawa kemudahan pada penerimaan informasi yang masih sebanding dengan tuntutan zaman. Misalnya, disela kesibukan ketika seseorang tidak dapat menikmati informasi yang

bersuara maupun secara grafis karena dinilai mengganggu (misalnya saat di perpustakaan, di ruang umum yang sempit, dsb), maka teks menjadi alternatif pilihan yang lebih mudah dan sama informatifnya.

Untuk karya multimedia, teks tidak perlu berdiri sebagai kesatuan yang membosankan. Animasi dapat diterapkan dalam karya yang berpusar pada teks. Vaughan (2006) menjelaskan, banyak cara untuk mendapatkan perhatian pemirsa saat membuat karya multimedia dengan teks. Misalnya, membuat teks melayang pada layar, membuat *highlight* untuk kata kunci yang dapat memudahkan pembaca pada halaman awal karya, menekankan bagian-bagian penting dalam tulisan dengan mewarnainya atau memberi efek yang berbeda, dan sebagainya (Vaughan, 2006, p. 64).

c. Gambar

Vaughan (2006) menjabarkan dua jenis gambar yang pasti ditemukan pada berita dengan kemasan multimedia. Pertama adalah gambar dengan jenis bitmap. Bitmap digunakan untuk gambar berciri realistik atau berdasarkan kenyataan, dan gambar dengan kerumitan tinggi yang membutuhkan detil halus. Kedua adalah gambar dengan jenis vektor. Vektor merupakan objek yang ditemui dalam produk grafis pada karya multimedia, seperti garis, kotak, lingkaran, dan bentuk lainnya yang dirancang secara matematis dalam sudut, koordinat, dan jarak (Vaughan, 2006, p. 125). Vektor diperuntukkan

bagi desain grafis yang diproduksi dengan garis-garis geometris untuk merepresentasi suatu gambar. Contoh bitmap adalah foto-foto asli dari hasil liputan, sedangkan vektor merupakan komponen grafis yang dibuat untuk menyerupai suatu objek tertentu, dengan perangkat program tertentu.

Wenger dan Potter (2012) mengusulkan foto ditampilkan dalam bentuk *slideshow* bagi karya berbasis web. Namun, jika ingin bekerja dengan *still photo* atau foto yang tidak bergerak, maka jurnalis harus memperhatikan kekuatan *caption* atau sub-judul pada foto, dan komposisi foto. Dalam hal ini, “rule of thirds” dalam fotografi menjadi acuan (Wenger & Potter, 2012, p.69). *Rule of thirds* merupakan garis-garis bantu dalam mengambil foto sehingga dapat menghasilkan foto yang memiliki posisi objek sempurna (komposisi yang simetris dengan garis bantu), sehingga foto dapat terlihat lebih menarik. Sedangkan sub-judul pada foto harus mencakup informasi dasar yang dapat membantu pemirsa untuk mengerti apa yang hendak foto tersebut sampaikan. Kebanyakan dari *caption* pada foto selalu berisi komponen ”apa” dan “siapa” dari berita gambar.

d. Video

Pengalaman menonton video melalui media online dan televisi dapat digolongkan berbeda. Wenger dan Potter (2012) menjelaskan salah satu contohnya, sangat penting memperhatikan kestabilan

kamera saat mengambil video yang hendak ditampilkan dalam platform *online* karena bidikan dengan banyak gerakan dapat terlihat buram dan kabur pada web (Wenger & Potter, 2012, p. 68). McCOMbs memperkuat pengetahuan ini dengan mengingatkan bahwa video yang akan dinikmati melalui web cenderung berukuran lebih kecil secara keseluruhan, yang berarti jurnalis harus dapat mengisi *frame* video mereka. Karena itu, bidikan dari dekat (*close-up*) dan bidikan sedang (*medium*) lebih disarankan untuk karya yang akan diluncurkan secara *online* dibandingkan dengan bidikan luas dan keseluruhan (*wide and establishing*) (Dikutip dalam Wenger & Potter, 2012, p.68).

2.2.5 Interaktivitas

Elemen interaktivitas dalam publikasi berita kini menjadi titik utama dari konvergensi media perihal konten, karena kemampuannya untuk menciptakan pengalaman baru dalam menikmati berita bagi pembaca. Usher (2014) mendeskripsikan interaktivitas sebagai konsep yang sudah lama digunakan mengenai interaksi antara pengguna dan komputer, dan interaktivitas menjelaskan kapasitas pengguna untuk mengontrol bagaimana suatu konten dipilih dan dipresentasikan untuk mereka, baik dalam bentuk teks, audio, video, multimedia, atau elemen lainnya (Usher, 2014, p. 151). Beberapa jurnalis mengantisipasi kesempatan untuk

mencoba bentuk baru dari menceritakan kisah, dan beberapa yang lain masih berpegang pada jurnalisme konvensional tanpa menyadari bahwa masa depan dari jurnalisme online menuntut mereka untuk dapat mempraktikkan interaktivitas ke dalam produk karya mereka (Usher, 2014, p. 152).

Usher (2014) menjelaskan, beberapa tantangan ditemui oleh jurnalis tradisional yang mulai beralih dari media konvensional, namun tantangan terbesar terdapat pada kegagalan interaktivitas untuk selaras dengan konten berita mereka, sehingga mereka harus mengerjakan banyak hal sekaligus dan kehilangan fokus (Usher, 2014, p. 168)

Namun Nisenholtz dalam Usher (2014) berargumen betapa pentingnya interaktivitas sebagai bentuk baru pemberitaan. Menurut Nisenholtz, perpaduan antara pemberitaan dan interaktivitas dapat menciptakan hubungan manusiawi yang esensial. Bagi Nisenholtz, pemberitaan melalui teks tidaklah cukup dan harus disertai dengan banyak elemen lain (Nisenholtz dalam Usher, 2014, p. 154)

2.2.5.1 Keterbatasan Interaktivitas

Garrand (2006) menyatakan interaktivitas memiliki potensi yang luar biasa. Sangat mungkin untuk berinteraksi dengan mengontrol presentasi sebuah konten dalam layar, seperti perilaku sebuah karakter dalam suatu adegan, warna pada bagian tertentu gambar, atau presentasi sebuah kalimat teks (Garrand, 2006, p.6). Namun,

terdapat pula keterbatasan kontrol terhadap interaktivitas. Perlengkapan yang dimiliki oleh pembaca haruslah cukup kuat untuk mendukung level interaktivitas. Namun yang perlu diperhatikan, bukan berarti perlengkapan pengguna harus memiliki *grade* yang baik, jika konten multimedia interaktif disajikan dalam format tertentu seperti media yang dapat dinikmati secara *offline* atau tidak terhubung dengan internet (misalnya CD-ROM, DVD, atau lainnya), maka audiens hanya dapat menikmati konten di dalam format tersebut. Namun ketika suatu karya multimedia interaktif disajikan secara *online*, maka audiens akan memiliki akses tidak terbatas karena terhubung dengan jutaan sumber lain dalam jejaring internet. Keterbatasan lain yang menghambat terdapat pada, misalnya, kecepatan internet audiens untuk melancarkan interaktivitas, sehingga kelambatan koneksi internet dapat mengubah pengalaman seseorang dalam menikmati konten interaktif (Garrand, 2006, p.7).

2.2.5.2 Mengukur Batas Efektif Interaktivitas

Meskipun seseorang memiliki seluruh kualifikasi teknis untuk menikmati produk interaktif, interaktivitas tidak terbatas belum tentu menjadi sesuatu yang efektif untuk menyampaikan informasi. Garrand (2006) memberikan sebuah contoh, apabila seorang pencipta konten hanya mencoba untuk menyampaikan cerita yang ia miliki seperti narasi interaktif, maka tingkatan interaktivitas yang

dibutuhkan dalam menciptakan karakter yang kuat, plot menarik, dan rasa ketegangan, jauh lebih rendah dibandingkan bila pencipta konten hendak membuat sebuah dunia virtual untuk dihuni oleh para pengguna, misalnya seperti permainan *SimCity 3000*. Sama halnya seperti sebuah website yang bertujuan untuk melakukan persuasi bagi pengunjunnya untuk membeli sebuah produk, akan memiliki tingkat interaktivitas berbeda dengan ensiklopedia online yang mengajak pengunjunnya untuk menelusuri informasi yang disajikan pada website (Garrand, 2006, p.7). Riordan dalam Garrand (2006) memperkuat informasi ini dengan menyatakan, “Pilihan tidak terbatas sama dengan *database*. Hanya karena anda dapat membuat pilihan, bukan berarti itu adalah pilihan yang menarik.” (Riordan dalam Garrand, 2006, p.7). Riordan berpendapat bahwa pencipta konten multimedia harus memegang kontrol terhadap interaktivitas untuk pengalaman pengguna yang efektif.

2.2.5.3 Jenis-jenis interaktivitas

Stromer-Galley dalam Li (2013) membagi fitur interaktivitas menjadi dua bentuk umum;

1. Interaksi Media

Bentuk interaktivitas ini berhubungan dengan kontrol yang dilakukan oleh konsumen berita terhadap pilihan dan presentasi dari konten editorial, baik teks, audio, audio-visual, multimedia,

dan kombinasi dari elemen-elemen tersebut. Fitur online memberikan keleluasaan bagi konsumen berita untuk berinteraksi secara menyeluruh dengan medium penyampaian berita dengan mengklik pada *hyperlink*, mengambil bagian dalam survei dan *polling*, mengunduh informasi, mencari data, menata sendiri bagaimana suatu informasi disampaikan, melakukan pembelian secara elektronik, dan semuanya tanpa harus berkomunikasi secara langsung dengan orang lain (Stromer-Galley dalam Li, 2013, p.233)

2. Interaksi Manusia

Interaksi ini melibatkan hubungan orang-perorangan yang di mediasi secara online. Komunikasi yang dimediasi oleh komputer terpecah menjadi *synchronous* (secara langsung dalam waktu bersamaan) maupun *asynchronous* (terjadi dengan jeda), seperti dalam bentuk e-mail, forum, dan sebagainya (Stromer-Galley dalam Li, 2013, p.233)

2.2.5.4 Perangkat Interaktivitas

Baehr dan Schaller (2010) memberikan contoh perangkat navigasi yang menambahkan pengalaman interaktif bagi pengguna, yakni:

1. Pemetaan website dan indeks website (*site maps and site indices*). Peninjauan struktur website dalam level makro, dengan akses level mikro.
2. Menu hirarkis (*hierarchical menus*). Cocok untuk konten website yang menjunjung struktur, diatur dalam topik dan sub-topik. Tujuannya membantu pengguna untuk mengatur konten website dengan mudah, membantu dalam pencarian informasi dan penggunaan website secara general.
3. Pencarian kata kunci (*keyword search*). Digunakan untuk pencarian yang disesuaikan dengan keinginan pengguna. Baik untuk website dengan banyak konten berbasis teks yang dapat dicari. Sedikit kurang efektif untuk mencari konten grafis, kecuali grafis dilengkapi dengan *decriptor* untuk teks alternatif.
4. Perangkat visual interaktif (*interactive visual tools*). Perangkat interaktif yang berperan sebagai navigasi sistem dengan basis visual yang tinggi. Contohnya adalah objek navigasi 3 dimensi; website berbasis *Flash*, yang mana seluruh kontennya secara esensial merupakan pertunjukkan interaktif; perangkat yang telah disesuaikan, seperti mesin penjualan yang membiarkan pengguna untuk memilih, dan sebagainya.