



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Penelitian

Immersive journalism atau jurnalisme imersif merupakan konsep produksi sebuah berita dimana khalayaknya bisa mengonsumsi konten tersebut dari perspektif orang pertama (Peña, et al., 2010, p. 291). Konsep dari jurnalisme imersif ini pertama kali dikembangkan oleh Nonny de la Peña melalui artikel ilmiahnya pada 2010.

Selain memberikan kesempatan kepada khalayaknya untuk bisa mengonsumsi sebuah berita dari perspektif orang pertama, salah satu fokus utama dari konsep baru jurnalistik ini adalah untuk memperoleh sensasi emosi yang tinggi kepada narasinya (Jones, 2017, p. 173). Bahkan dari penelitian Constine dalam Sarah Jones (2017), menyatakan bahwa konsep video 360° yang merupakan salah satu bentuk dari jurnalisme imersif berhasil mendemonstrasikan jenis jurnalistik ini sebagai “mesin penghasil empati” (Jones, 2017, pp. 173-174). Salah satu produser film *virtual reality* atau vr, Chris Milk, pernah berbicara pada acara Ted Talk bahwa dirinya sering kali menggunakan film *vr (virtual reality)* untuk menunjukkan kepada PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) bahwa setiap kebijakan yang dibuat bisa mengubah pengalaman kehidupan sehari-hari dari banyak manusia dari berbagai negara, dimana dirinya sendiri yakin *virtual reality* sebagai “alat empati” yang terbaik (Constine, 2015, p. 44). Hal-hal tersebut pun menjadi alasan jurnalisme imersif bisa digunakan sebagai alat untuk memproduksi empati, dimana khalayaknya mempunyai hubungan unik terhadap narasinya (Jones, 2017, p. 174)

Potensi jurnalisme imersif yang bisa menjadi “mesin penggerak rasa empati” terhadap khalayak tersebut menimbulkan keresahan serta pertanyaan

kode etik yang dinilai patut untuk dikaji. Peneliti sendiri tertarik dengan salah satu tulisan artikel ilmiah dari Hollis Kool (2017), dimana artikel ilmiahnya, Kool mengkaji bahwa pertama kali pertanyaan perihal kode etik terhadap produksi *immersive journalism* muncul saat dirinya sedang menonton video 360° berjudul “*Clouds Over Sidra*” yang diproduksi oleh Within dan PBB. Pertanyaan kode etik itu muncul tepatnya saat Kool menyadari bahwa dalam video tersebut kehadiran wartawan ataupun reporter serta kamera tidak terlihat sedikit pun dalam video (Kool, 2017, p. 3). Dirinya berpendapat bahwa hal tersebut patut dikritisi dan dikaji, mengingat ketidakhadiran reporter dan peralatan kameranya bisa membuat khalayak lupa bahwa apa yang ditontonnya merupakan hasil konstruksi narasi dari seorang jurnalis. Hollis Kool (2016) juga berpendapat, bahwa salah satu hal yang tidak cukup dikaji pada perkembangan jurnalisme imersif adalah adanya perubahan peran antara jurnalis dan khalayaknya (Kool, 2017, pp. 5-6). Walaupun Kool sendiri memahami bahwa usaha tersebut merupakan salah satu faktor yang bisa meningkatkan sensasi imersif kepada khalayaknya, bukti cukup masifnya manipulasi gambar karena faktor karakteristik perangkat *vr* sendiri patut dikritisi (Kool, 2017, p. 6).

Untuk menjawab tantangan dan diskusi seputar kode etik yang diperlukan untuk produksi jurnalisme imersif, Sara Pérez-Seijo dan Xosé López-García (2019) melalui artikel ilmiahnya mengajukan lima tantangan penerapan etika terhadap konten jurnalisme imersif. Mereka berpendapat bahwa lima konsep ini bisa menjadi kajian tantangan etis dari praktik jurnalisme imersif yang tergolong baru. Lima konsep tersebut adalah, *Image Integrity*, *Recreation of News*, *Sources and Staging*, *Role of Journalist and/or Recording Team*, dan *Sensitive Content* (Pérez-Seijo & López-García, 2019, pp. 958-961).

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

Image Integrity adalah konsep etika jurnalisme imersif yang mengkaji integritas dari setiap potongan gambar atau video dari sebuah produk jurnalistik imersif (Pérez-Seijo & López-García, 2019, p. 956). Cukup masifnya integrasi perkembangan teknologi perangkat lunak *editing* seperti *Adobe Photosop* ataupun *Adobe Audition* yang mampu memanipulasi gambar serta video terhadap produksi sebuah karya jurnalisme imersif, dinyatakan oleh Sara Pérez-Seijo dan Xosé López-García menjadi sebuah tantangan etis baru yang perlu dijawab oleh para produser video jurnalisme imersif. Lalu untuk *Recreation of News* sendiri adalah konsep penerapan etika jurnalisme imersif yang merekomendasikan para produser video jurnalisme imersif untuk melabeli sebuah adegan yang merupakan bentuk rekonstruksi (Pérez-Seijo & López-García, 2019, p. 958). Sedangkan *Sources and Staging* merupakan konsep penerapan etika jurnalisme imersif yang mengajukan bahwa penerapan etika dramatisasi dari sebuah subyek pemberitaan perlu diperhatikan oleh para produser video jurnalisme imersif. (Pérez-Seijo & López-García, 2019, pp. 958-959). Konsep penerapan etika jurnalisme imersif keempat, *Role of Journalist and/or Recording Team* adalah pentingnya dalam video dengan format jurnalisme imersif untuk memberikan informasi tentang intensimenghilangkan atau menyembunyikan tim produksi serta jurnalis dalam kontenterkait (Pérez-Seijo & López-García, 2019, p. 960). Tantangan penerapan etikajurnalisme terakhir *Sensitive Content*, berbicara tentang resiko dan batasan etisterhadap eksploitasi terhadap konten yang bersifat sensitif.

Kemampuan jurnalisme imersif *vr* yang mampu menjadi “alat penggerak empati”, berubahnya hubungan reporter dengan khalayak, serta kemungkinan adanya rekonstruksi sebuah adegan, menjadi beberapa alasan mengapa peneliti mencoba mengkaji etika praktik dari berbagai konten jurnalisme imersif format dengan format video 360° yang sudah diproduksi oleh media-media Indonesia. Usaha untuk membuat sensasi imersif dalam sebuah karya jurnalistik sendiri sebenarnya sudah mulai diimplementasikan praktiknya pada media-media di Indonesia. Kalvo dalam Michael (2020) menyatakan Vice Indonesia yang

muncul pertama kali di tahun 2016, mencoba untuk membuat sensasi imersif terhadap kontennya dengan menerjunkan jurnalisnya kepada sebuah situasi dimana mereka bisa secara subjektif menenggelamkan diri ditengah aksi (Kalvo, 2015, p. 6). De la Peña (2010) menyatakan bahwa sebelum perkembangan teknologi imersif mulai bermunculan, mencelupkan seorang jurnalis di tengah sebuah aksi memang sudah dianggap sebuah reportase ideal yang bisa membentuk koneksi imersif unik antara khalayak dan beritanya (Peña, et al., 2010, p. 291). Hingga mulai munculnya teknologi seperti *augmented* dan *virtual reality* di Indonesia, usaha dalam membentuk konten jurnalisme imersif dengan kolaborasi perangkat tersebut mulai di adaptasi kembali. Tombak Matahari yang merupakan *Head of Graphic Design* di CNN TV Indonesia dalam Fathia Barnez (2018), menyatakan bahwa pada awalnya adaptasi jurnalisme imersif dengan perangkat-perangkat imersif seperti *ar* diimplementasikan oleh Metro Tv, sebelum pada akhirnya CNN Indonesia dan beberapa media lainnya mulai melakukan hal serupa. CNN Indonesia sendiri mengimplementasikan dua perangkat imersif seperti *ar* dan *vr* untuk usaha membentuk konten *immersive journalism* (Barnez, 2018, p. 86). Tombak Matahari menyatakan dalam Barnez (2018) bahwa terdapat dua departemen terpisah antara produksi konten *ar* dan *vr*.

Pada penelitian ini, peneliti akan memfokuskan penerapan lima konsep etika praktik jurnalisme imersif Sara Pérez-Seijo dan Xosé López-García kepada konten *vr 360°* CNN Indonesia. Pernyataan artikel ilmiah dari penelitian Kool (2017) serta Sara Pérez-Seijo dan Xosé López-García (2019) yang menyatakan bahwa perlu adanya pengkajian penerapan etika yang sesuai dengan karakteristik jurnalistik bentuk imersif menjadi salah satu alasan mengapa peneliti menilai penelitian ini perlu dilakukan. Selain itu, masihbelum adanya penelitian yang memfokuskan penerapan etika jurnalisme imersif terhadap konten-konten jurnalistik imersif format video 360° di media Indonesia khususnya CNN Indonesia, menjadi alasan tambahan bagi peneliti untuk mendalami topik ini.

Berdasarkan pengamatan peneliti melalui kanal Youtube dari CNN Indonesia sendiri, pertama kali media terkait mengunggah liputan dengan video 360° merupakan berita tentang kabar kecelakaan mantan Ketua DPRD Indonesia Setya Novanto yang saat itu dirawat di RS Medika Permata Hijau. Pada video tersebut, CNN Indonesia memperlihatkan suasana dari Rumah Sakit Medika Permata Hijau sesaat setelah kabar kecelakaan dari Setya Novanto beredar. Video perdana 360° dari CNN Indonesia tersebut pun diunggah perdana pada tanggal 16 November 2017. Saat ini, jika dilihat dari kanal youtube CNN Indonesia, media tersebut telah memproduksi sejumlah 11 video jurnalisme imersif dengan format video tersebut. Melalui lima konsep etika penerapan jurnalisme imersif yang dipaparkan Sara Pérez-Seijo dan Xosé López-García, peneliti ingin melihat bagaimana penerapan praktik video-video 360° di CNN sudah sesuai dengan kajian tantangan etis tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan oleh peneliti, maka rumusan masalah dalam penelitian ini menjadi: Bagaimana penerapan lima konsep etika jurnalisme imersif dalam video 360° di CNN Indonesia?

Rumusan masalah ini disimpulkan oleh peneliti, berawal dari ketertarikan peneliti terhadap kajian etika penerapan praktik jurnalisme imersif yang belum banyak diterapkan oleh berbagai instansi media, baik internasional maupun lokal. Oleh karena itu, lima konsep etika penerapan jurnalisme imersif yang dipaparkan Sara Pérez-Seijo dan Xosé López-García membantu peneliti dalam melihat penerapan praktik jurnalisme imersif yang diproduksi oleh media CNN Indonesia dari etika praktik *image integrity, recreation of news, sources and staging, role of reporter and/or recording team* dan *sensitive content*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan, berikut adalah pertanyaan

penelitian yang dibentuk oleh peneliti:

- 1) Bagaimana penerapan etika *Image Integrity* pada konten video 360° di CNN Indonesia?
- 2) Bagaimana penerapan etika *Recreation of News* pada konten video 360° di CNN Indonesia?
- 3) Bagaimana penerapan etika *Sources and Staging* pada konten video 360° di CNN Indonesia?
- 4) Bagaimana penerapan etika *Role of Journalist and/or Recording Team* pada konten video 360 ° di CNN Indonesia?
- 5) Bagaimana penerapan etika *Sensitive Content* pada konten video 360° di CNN Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

- 1) Mengetahui penerapan etika *Image Integrity* pada konten video 360° di CNN Indonesia.
- 2) Mengetahui penerapan etika *Recreation of News* pada konten 360° di CNN Indonesia
- 3) Mengetahui penerapan etika *Sources and Staging* pada konten video 360° di CNN Indonesia.

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

- 4) Mengetahui penerapan etika *Role of Journalist and/or Recording Team* pada konten video 360° di CNN Indonesia.
- 5) Mengetahui penerapan etika *Sensitive Content* pada konten video 360° di CNN Indonesia.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

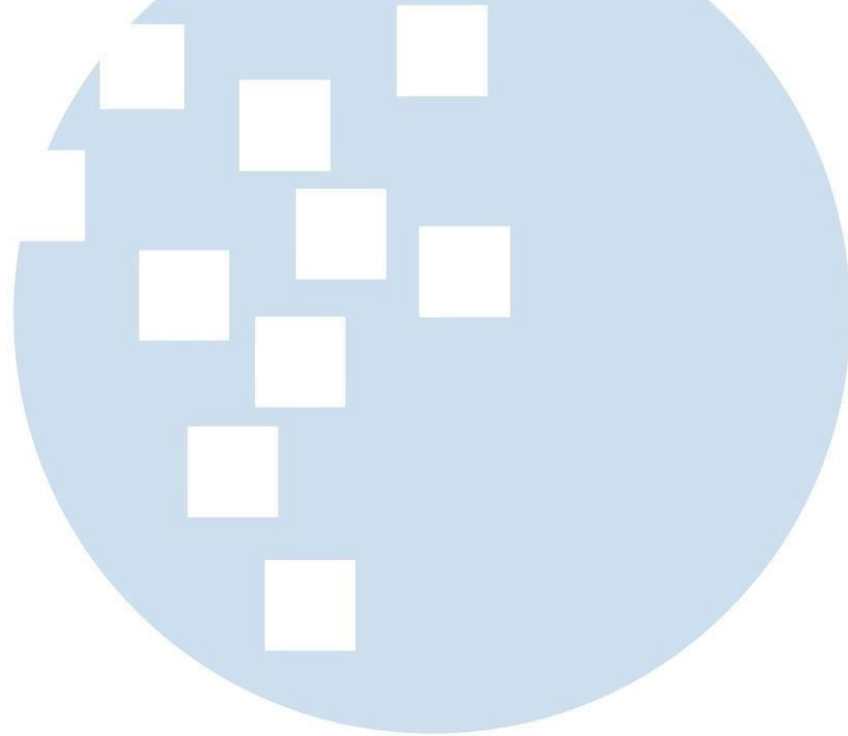
Penelitian ini diharapkan oleh peneliti bisa memperkuat sisi praktik dari lima konsep penerapan etika jurnalisme imersif yang dikemukakan oleh Sara Pérez-Seijo dan Xosé López-García. Dalam artikel ilmiahnya, Pérez-Seijo dan Xosé López-García mengharapkan pengembangan lebih lanjut akan kajian terhadap etika praktik dari jurnalisme imersif dengan kelima tantangan etis tersebut guna untuk memperkuat konsepnya yang tergolong baru. Selain itu penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk akademisi yang tertarik untuk mengkaji penerapan etika praktik jurnalisme imersif, agar penelitian dengan topik serupa dimasa depan bisa memberikan perspektif baru ataupun memperkaya kajian praktik jurnalisme imersif di instansi media lokal.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan oleh peneliti bisa menjadi panduan dan refleksi tentang implementasi penerapan etika saat memproduksi konten jurnalisme imersif yang semakin berkembang. Selain itu, peneliti berharap agar kajian ini bisa berguna sebagai referensi kepada para jurnalis-jurnalis di Indonesia tentang hal-hal etis apa saja yang perlu menjadi perhatian saat memproduksi konten jurnalisme imersif.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Mengingat bahwa kelima konsep penerapan etika praktik jurnalisme imersif dari Sara Pérez-Seijo dan Xosé López-García ini masih tergolong baru, maka tidak banyaak referensi yang bisa digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA