



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 1993, *University of Florida* meluncurkan media daring pertama yang pada saat itu hanya berisikan berita dan foto dan hanya mengunggah konten pada akhir minggu. Kemudian disusul pada tahun 1994 oleh *Telegraph* yang meluncurkan *Telegraph online*. Hal ini kemudian perlahan mengubah wajah dan sejarah jurnalistik. Jika pada awalnya khalayak menunggu terbitnya koran atau majalah, perlahan media *online* menyajikan berita di layar komputer mereka (Siapera dan Veglis, 2012, h 1).

Di Indonesia sendiri, media daring (dalam jaringan) atau *online* sudah muncul pada tahun 1994. Pada saat itu, *Republika.co* menjadi media daring pertama yang hadir. Pada tahun 1996, barulah disusul dengan kehadiran *Tempointeraktif* atau yang sekarang dikenal dengan *Tempo.co*. Kemunculan media daring pun tidak hanya terjadi di pulau Jawa saja namun di Sumatera selanjutnya muncul *Waspada.co* yang diluncurkan oleh harian *Waspada* di tahun 1997 (Margianto dan Syaefullah, 2014, h 16).

Pada tahun 1998 muncul *Detik.com* sebagai media *online* otonom yang tidak berada di bawah media cetak manapun. *Detik.com* memperkenalkan kepada khalayak jenis berita yang ringkas yang seringkali tidak lengkap dengan unsur 5W+1H. Kemunculan *Detik.com* lalu dianggap sebagai pelopor di dunia media massa *online* di Indonesia. (Margianto dan Syaefullah, 2014, h 17-18).

Kemunculan media *online* membuat perubahan pada tuntutan pembaca. Pembaca tidak lagi ingin menunggu surat kabar datang setiap pagi atau pulang ke rumah untuk menonton berita. Para pembaca ingin tetap mendapatkan informasi di mana pun mereka berada. Mereka sudah tidak lagi ingin dikontrol oleh media namun mereka yang ingin mengontrol media (Murdoch, 2005, dikutip dalam Quinn 2008).

Perkembangan teknologi dan perubahan rutinitas khalayak membuat jurnalis dewasa ini juga dituntut untuk menyajikan berita dalam bentuk apapun. Sebuah media tidak lagi hanya menyajikan berita dalam satu *platform* saja namun harus merambah ke semua platform. Selain itu jurnalis harus bisa menyajikan konten dimana saja dan kapan saja untuk pembaca. Contohnya untuk jurnalis media cetak sekarang tidak hanya menulis berita dalam bentuk cetak namun juga menulis untuk media daring. Dengan begitu pembaca mempunyai pilihan untuk membaca di rumah atau saat berada di luar rumah (Filak, 2015, h 5).

Kemudian hadirlah yang disebut pemberitaan multimedia atau *multimedia storytelling*. Meriam Webster *dictionary* mendefinisikan multimedia sebagai sebuah tehnik yang menggabungkan suara, video dan text untuk mengekspresikan ide dan informasi dengan menggunakan perangkat lunak.

Bull menjelaskan jurnalis dapat menggunakan lima medium pendukung untuk menyajikan konten *multimedia storytelling*, yaitu:

1. Teks, untuk menjelaskan dan menganalisa sebuah peristiwa.
2. Video, untuk membantu menggambarkan ulang sebuah peristiwa.
3. Foto, untuk membantu mengilustrasikan sebuah teks.
4. Grafik, untuk memberikan statistik dan figur.

5. Dialog interaksi, agar penulis dan pemilik media dapat berinteraksi dengan pembaca (Bull, 2010. 31-32).

Penggunaan medium-medium berikut yang akhirnya mengalihkan pembaca media cetak ke media daring karena media daring lebih menarik dan ringkas. Selain medium-medium di atas, (Ward, 2012, dikutip dalam Romli, h. 15) menjelaskan bahwa terdapat beberapa karakteristik media *online* yang membedakan dari media konvensional :

1. *Immediacy.*

Kecepatan penyampaian informasi. Media *online* mampu menyuguhkan berita secara cepat sehingga berita yang dihasilkan masih segar.

2. *Adaptability*

Jurnalis media *online* diharuskan untuk beradaptasi sehingga tidak hanya menyuguhkan satu elemen berita namun dapat menyuguhkan beragam seperti foto, video dan tulisan.

3. *Scannability*

Situs media daring harus memiliki sifat mudah dipindai agar pembaca dapat cepat mengerti inti berita.

4. *Interactivity*

Memberikan komunikasi yang dua arah melalui kolom komentar.

5. *Community and conversation*

Media harus menjadi komunitas bagi khalayak dengan memberikan timbal balik atau interaksi.

Menghadirkan berita secara cepat merupakan karakteristik yang kuat pada media daring. Jika ada suatu peristiwa terjadi sebisa mungkin media daring segera mempublikasikan berita kepada pembaca. Hal ini tentu berbeda dengan media cetak yang memerlukan waktu untuk meliput, menulis dan mengedit tulisan mereka.

Kecepatan menghadirkan berita pun akhirnya membuat artikel yang ditulis harus singkat dan ringkas. Para jurnalis media *online* pun mengaplikasikan bentuk peliputan yang dibantu oleh internet atau yang dikenal dengan CAR (*Computer Assisted Reporting*). Dengan melakukan riset melalui internet seorang jurnalis dapat dengan cepat memproduksi sebuah berita.

Sebagai contoh, *Detik.com* salah satu media daring yang sangat cepat memproduksi berita. Rata-rata tulisan yang dihasilkan oleh Detik.com berisikan 4 hingga 10 paragraf. Berita dibuat secara ringkas dan padat agar para pembaca dapat langsung mengerti kesimpulannya. Canavilhas menjelaskan bahwa artikel yang terlalu panjang dapat membuat pembaca merasa bosan (Canavilhas, 2014, h. 18).

Dengan perkembangan teknologi dewasa ini, khalayak lebih banyak membaca berita melalui tablet atau layar komputer. Penelitian lalu menunjukkan bahwa membaca melalui layar komputer 25% lebih lama dari membaca cerita dalam bentuk cetak. Hal ini membuat media daring pada umumnya menulis berita mereka secara singkat agar dapat dibaca dan dimengerti dengan mudah oleh khalayak (Quinn dan Lamb, 2008, h. 73).

Namun saat maraknya tulisan-tulisan singkat di media daring terdapat juga tulisan panjang yang dimuat pada publikasi *online*. Pada tahun 2012 New York Times mempublikasikan tulisan panjang mereka yang berjudul *Snow Fall* yang

bercerita mengenai longsor salju yang hebat yang terjadi di Wellington. Yang kemudian tulisan ini memenangkan Pulitzer Prize untuk tulisan feature.

Media daring yang identik dengan tulisannya yang pendek kemudian mulai mengaplikasikan tulisan panjang atau *longform*. Contohnya, *The Atavist*, *Byliner* dan *New York Times* yang merupakan media dari Amerika Serikat. *LongForm* sendiri adalah laporan mendalam yang lain dari produksi laporan sehari-hari dan merupakan cerita naratif yang disajikan secara menarik dengan elemen multimedia (Fischer, 2013, para 8).

Tom Rosenstiel menjelaskan bahwa di era teknologi tablet kini tulisan panjang atau *long form* kini dapat beradaptasi. Walaupun tulisan *online* lebih banyak berisi tulisan pendek Tom menyatakan bahwa masih banyak khalayak yang tertarik membaca tulisan panjang. Tom mengatakan bahwa 73% khalayak masih membaca berita dalam bentuk tulisan panjang di tablet mereka dan 70% membaca *longform* di *handphone* mereka. (Rosenstiel, 2013, sec. 13.06)

Berbeda dengan laporan berita biasa yang menggunakan CAR (*Computer Assited Reporting*), *longform* memiliki waktu yang lebih panjang dalam proses produksinya. Seorang jurnalis *longform* harus benar-benar terjun kepada berita yang ditulis. Untuk itu waktu yang dibutuhkan untuk peliputan, menulis dan mengedit hingga akhirnya disajikan kepada pembaca membutuhkan waktu yang lama. (Fischer, 2013, para. 8)

Kehadiran *longform* membuktikan bahwa tulisan panjang dapat beradaptasi dengan mengikuti era teknologi tablet. Adaptasi tersebut juga dilengkapi dengan foto, video dan grafis sehingga memudahkan penulis menggambarkan situasinya. Di

Indonesia sendiri *longform* telah diaplikasikan di beberapa media daring seperti *Kompas.com*, *Beritatar.com* dan *Tirto.id*. Pada tahun 2016 *Kompas.com* memunculkan kolom yang berisikan berita *longform*. Kolom tersebut disebut “Visual Interaktif Kompas” atau VIK. *Kompas.com* tetap memproduksi berita cepat yang berisikan lima sampai tujuh paragraf di dalam kolom yang lain. VIK sendiri berisikan berita dengan berbagai tema seperti politik, gaya hidup hingga biografi. Berita di dalam kolom “VIK” dibedakan dengan kolom-kolom *Kompas.com* yang lain. Jika pada umumnya kolom *Kompas.com* hanya berisi teks dan foto, VIK dilengkapi dengan foto, infografik, infografik bergerak dan video agar berita yang diberikan lebih interaktif jika dibaca oleh pembaca.

Berbeda dengan *Kompas.com*, *Beritatar.com* tidak mengelompokkan berita *longform* mereka pada satu kolom. Berita *longform* yang diproduksi Beritatar.com digabung dengan berita cepat, yang membedakan hanya topiknya saja. Beritatar.com banyak menulis dengan konsep *longform* untuk tulisan-tulisan dengan jenis *feature* atau wawancara dengan suatu tokoh. Berita yang dihasilkan oleh Beritatar.com pun tidak dilengkapi dengan infografik, hanya diikuti dengan foto atau video saja.

Kedua media daring yang memproduksi laporan *longform* di atas mempunyai ciri khasnya sendiri-sendiri. *Tirto.id* pun termasuk media daring yang cukup terkenal namanya dalam menghasilkan jurnalisme data di Indonesia. *Tirto.id* adalah media daring yang hadir pada tahun 2016. Media ini berdasarkan Alexa.com memiliki *traffic* yang terus meningkat sejak kehadirannya pada Juli tahun 2016. Kemudian menempati ranking 64 di Indonesia sebagai media *online* yang sering dikunjungi.

Rata-rata orang mengunjungi *Tirto.id* menghabiskan waktu 5 menit 13 detik untuk membaca berita.

Artikel *longform* di *Tirto.id* ditulis secara mendalam dan dilengkapi dengan infografik dan juga foto. Dalam satu berita, terkadang ada *link* yang menghubungkan ke artikel berikutnya dan seterusnya. Satu topik artikel biasa ditulis hingga menjadi lima artikel yang berbeda yang artinya beritanya berlanjut. Berita-berita *longform* di *Tirto.id* pun dikelompokkan dalam beberapa kolom sesuai dengan tema. Satu berita dapat ditulis 20 hingga 30 paragraf yang memerlukan waktu untuk membaca hingga lima sampai 10 menit.

Selain jumlah kata yang banyak, *Tirto.id* juga menyuguhkan beritanya dengan infografik. penggunaan infografik tersebut membantu mempermudah pembaca mencerna berita. Tidak hanya menambahkannya di dalam teks, infografik tersebut juga diunggah ke dalam media sosial seperti Twitter atau Instagram. Selain infografik, *Tirto.id* juga menggunakan elemen multimedia lain untuk mendukung beritanya.

Penggunaan jurnalisme *longform* ini membuat *Tirto.id* berbeda dengan media daring lain yang menyajikan berita secara singkat. *Tirto.id* juga mengaplikasikan *longform* di setiap beritanya, demikian membuktikan bahwa *Tirto.id* konsisten memakai jurnalisme *longform* untuk menyuguhkan berita. Hal ini membuat *Tirto.id* mempunyai keunikan yang berbeda dari media daring pada umumnya. Dengan keunikannya peneliti ingin melakukan penelitian terkait dengan jurnalisme *longform*. Peneliti ingin memfokuskan penelitian pada proses produksi jurnalisme *longform* pada media dari *Tirto.id*. Sehingga peneliti akan mewawancarai langsung orang yang

bekerja dan bertanggungjawab pada proses produksi di *Tirto.id*. Kemudian peneliti juga ingin melihat bagaimana penerapan elemen multimedia dalam produksi berita *longform* di media daring *Tirto.id*.

Maka dari itu rumusan masalah akan dibagi menjadi dua yaitu, bagaimana proses produksi jurnalisme *longform* di media daring *Tirto.id* dan bagaimana keterlibatan khalayak dalam berita *longform* di media daring *Tirto.id*. peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan pemahaman khalayak mengenai konsep jurnalisme *longform* serta dapat menjadi acuan bagi para jurnalis dan media dalam memproduksi jurnalisme *longform*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana proses produksi *longform* dan penerapan elemen multimedia di media daring *Tirto.id*?

1.3. Pertanyaan Penelitian

Selain akan menjawab rumusan masalah, penelitian ini nantinya juga akan menjawab pertanyaan yang sesuai dengan tema penelitian, yaitu:

1. Bagaimana proses produksi tulisan *longform* di media daring *Tirto.id*?
2. Bagaimana penerapan elemen multimedia dalam proses produksi berita *longform* di *Tirto.id*?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses produksi berita *longform* dalam media daring *Tirto.id*.
2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan elemen multimedia dalam proses produksi media daring *Tirto.id*.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan pemahaman mengenai konsep dan implementasi produksi *longform journalism*. Lalu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti yang nantinya akan meneliti dengan tema serupa.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pengelola media daring *Tirto.id* dalam mengembangkan kebijakan redaksional dan proses produksi berita *longform*. Serta diharapkan dapat menjadi acuan untuk para jurnalis dalam memproduksi jurnalisme *longform*.

1.4.3. Manfaat Sosial

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi manfaat untuk khalayak dalam memperoleh informasi yang utuh, mendalam dan komprehensif mengenai jurnalisme *longform*. Kemudian dapat membuat pembaca mampu membedakan media dengan berita yang berimbang dan yang tidak.

