



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 TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan dua penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan. Penelitian pertama yang digunakan ialah penelitian Raquel Ritter dan Kerley Winques dari Federal University of Santa Catarina, Brazil. Penelitian tersebut berjudul *The Place Longform in Online Journalism*. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dimana dan bagaimana jurnalistik *longform* diproduksi dan bagaimana hasil produksi berita tersebut dibaca khalayak.

Penelitian ini menggunakan empat artikel sebagai bahan analisa, yaitu “The Battle of Belo Monte” dan “The Water Crisis” yang diproduksi oleh Folha de S.Paulo, “Share Yourself” dan “The Origin” yang di-*publish* oleh UOL TAB. Hasil dari penelitian menemukan bahwa pada artikel “The Battle of Belo Monte” membutuhkan waktu sepuluh bulan untuk diselesaikan. Dengan hasil lima bagian artikel, 55 foto, 24 video dan 18 infografis. Artikel kedua yang berjudul “The Water Crisis” tercatat telah dilihat sebanyak 132.000 dari 15 September hingga 26 September 2014. Sedangkan untuk artikel yang diproduksi UOL TAB yang berjudul “Share Yourself” dikemas tidak terpisah artinya tidak dibagi dalam beberapa bagian dan menggunakan strategi untuk mengemas berita secara kreatif agar menarik pembaca.

Penelitian Raquel dan Kerley ini menggunakan metode kualitatif. Pada penelitian terdahulu pertama ini ditemukan kesamaan dengan penelitian ini yaitu

ingin mengetahui proses produksi jurnalistik *longform*. Berbeda dengan penelitian pertama, penelitian ini meneliti Tirto.id sebagai subjek penelitiannya.

Penelitian kedua adalah penelitian Maria Lassila-Merisalo dari University of Tampere, Finlandia. Penelitian Maria berjudul *Story First-Publishing Narrative Long-Form Journalism in Digital Environments*. Di dalam penelitian ini Maria menggunakan dua media *online* yang menyajikan berita *longform* yaitu *The Atavist* dan *Longplay*. Dengan mewawancarai beberapa ahli, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan naratif jurnalistik dalam dunia digital, khususnya dalam platform tablet. Adakah nilai tambahan yang didapat dengan mempublikasikan dalam *platform* digital dibanding dengan menulis di media cetak. Hasil menemukan bahwa masa depan jurnalistik *longform* tidak terlalu suram dan mempunyai harapan.

Para jurnalis dapat mengambil keuntungan dari menjual tulisan mereka secara *online*. Selain itu cara yang lebih menguntungkan untuk jurnalistik *longform* adalah melalui sponsor dan iklan seperti yang dilakukan *The Atavist* dan *Long Play*. Dengan perkembangan *multimedia storytelling* media dapat menarik pembaca dengan menyuguhkan konten-konten menarik. Namun dalam penelitian ini juga ditemukan kendala, yaitu jika suatu berita terlalu ramai dengan konten visualnya dapat mendistraksi pembaca dalam membaca suatu berita. Peneliti menyarankan untuk lebih mengutamakan konten teks dibanding konten foto dan video.

Pada penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif. Kesamaan yang ditemukan pada penelitian ini adalah membahas jurnalistik *longform* dalam perkembangan teknologi tablet. Pada *Tirto.id* juga menggunakan *multimedia*

storytelling yang dalam penelitian milik Maria menjadi fokus utama. Kedua penelitian merupakan artikel ilmiah yang dipilih peneliti untuk menjadi bahan rujukan. Peneliti memilih kedua penelitian tersebut karena keduanya memiliki kesamaan yaitu membahas *longform journalism*.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

	Raquel Ritter, Raquel Winques. University of Santa Catarina. 2015.	Maria Lassila-Merisalo. University of Tampere. 2014	Regina Pertiwi P. Universitas Multimedia Nusantara. 2017
Judul	<i>The Place Longform in Online Journalism</i>	<i>Story First-Publishing Narrative Long-Form Journalism in Digital Environments</i>	Implementasi Jurnalisme <i>longform</i> di Media Daring <i>Tirto.id</i> .
Rumusan Masalah	Bagaimana jurnalistik <i>longform</i> mulai diadaptasi oleh <i>online</i> dan bagaimana proses produksinya hingga bagaimana artikel tersebut dibaca oleh khalayak.	Bagaimana <i>The Atavist</i> dan <i>Long Play</i> sebagai web non fiksi memunculkan kemungkinan bangkitnya jurnalistik <i>longform</i> dalam ranah media <i>online</i> .	Bagaimana proses produksi tulisan <i>longform</i> di media daring <i>Tirto.id</i> . Bagaimana respon khalayak terhadap berita <i>longform</i> di <i>Tirto.id</i> .
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui proses produksi jurnalistik <i>longform</i> dalam media <i>online</i>	Untuk mengetahui adakah harapan untuk jurnalistik <i>longform</i> berada dalam ranah media <i>online</i> seperti <i>The Atavist</i> dan <i>Long Play</i> .	Untuk mengetahui proses produksi berita <i>longform</i> dalam media daring <i>Tirto.id</i> . Untuk mengetahui respon khalayak pada berita <i>longform</i> di media daring <i>Tirto.id</i> .
	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif

Metodologi			
Konsep dan Teori	<i>Long form journalism, large multimedia report, journalistic narratives, consumption.</i>	<i>Digital environments, long-form journalism, multimedia, narratives, non-fiction.</i>	Media daring, <i>multimedia storytelling, long form journalism</i> , proses produksi, portal berita di Indonesia
Temuan Penelitian	Masa depan jurnalistik <i>longform</i> tidak terlalu suram dan mempunyai harapan. Para jurnalis dapat mengambil keuntungan dari menjual tulisan mereka secara <i>online</i> . Selain itu cara yang lebih menguntungkan untuk jurnalistik <i>longform</i> adalah melalui sponsor dan iklan seperti yang dilakukan The Atavist dan Long Play.	<i>Longform</i> mempunyai lahan subur dalam dunia digital karena jurnalistik <i>long form</i> dapat memanfaatkan interaktivitas khalayak. Dunia digital yang komunikasinya berjalan dua arah dapat dimanfaatkan jurnalistik <i>longform</i> untuk mengetahui karakter dan jenis khalayaknya.	<i>Tirto.id</i> menggunakan konsep <i>longform</i> dalam mengemas beritanya. Kemudian terdapat beberapa elemen multimedia yang dipakai untuk menjadi pelengkap beritanya.

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

2.2. Konsep dan Teori

2.2.1. Media Daring

Media daring atau *online* sudah menjadi media yang berkembang dan dibutuhkan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi dan juga menyebarkan informasi. Severin dan Tankard mengatakan bahwa orang-orang dapat menghabiskan waktu berjam-jam untuk berinteraksi secara *online* menggunakan gawai mereka. Dengan teknologi internet yang memudahkan khalayak mencari informasi dan berinteraksi membuat khalayak dapat dengan mudah mendapatkan informasi kapan pun mereka inginkan (Severin dan Tankard, 2011, h. 3).

Terry Flew juga menjelaskan bahwa media digital atau *online* merupakan gabungan dari data teks, suara, dan gambar yang kemudian diformat dalam bentuk digital lalu didistribusikan melalui jaringan kabel fiber-optic, satelit dan transmisi gelombang mikro. Artinya dalam konten media digital atau *online* terdapat teks yang menjelaskan rentetan kejadian, suara atau video untuk menampilkan detik-detik kejadian dan gambar untuk mendukung gambaran kejadian dalam teks. Setelah semua paket konten atau informasi telah jadi kemudian disebarkan melalui jaringan dan sampai di layar tablet atau komputer khalayak (Flew, 2008, h. 2).

Salah satu ciri khas dari media daring sendiri adalah menyampaikan pesan secara cepat dan menyediakan akses yang mudah untuk mendapatkan informasi. Flew (Flew 2008, h. 3) juga menjelaskan ciri khas lain dari media daring atau *new media*, yaitu:

1. *Manipulable*

Informasinya mudah berubah serta menyesuaikan pada tahap pembuatan, penyimpanan, penyampaian dan penggunaannya.

2. *Networkable*

Informasi disebarluaskan pada khalayak tanpa dibatasi oleh jarak.

3. *Dense*

Informasi dalam digital dapat disimpan dalam bentuk fisik (*compact disk*) dan dalam server dalam bentuk jaringan.

4. *Impartial*

Informasinya terdapat pada jaringan, tidak tahu apa itu sedang digunakan, siapa pemiliknya ataupun pembuatnya.

Kemudain Craig (2005, h. 89) mengatakan bahwa media daring memiliki beberapa kelebihan, yaitu:

1. Dapat menambahkan tautan agar khalayak dapat membaca mengenai subjek berita.
2. Pihak media dapat memperbaharui berita secara instan.
3. Mempunyai ruang teks yang tidak terbatas.
4. Dapat menambahkan audio, video, dan konten lainnya.
5. Dapat diarsipkan.

Joseph mengatakan bahwa ketertarikan khalayak pada media *online* sudah sangat tinggi karena dengan teknologi yang ada sekarang memudahkan khalayak mengakses informasi (Straubhaar, 2009, h. 267).
Internet yang mempunyai kemampuan menjangkau seluruh dunia

membuat internet pun diadopsi oleh media massa untuk menyebar informasi (Fuady, 2002, h. 57).

Dengan mengadopsi internet sebagai alat penyebar informasi kemudian hadir yang disebut media daring atau *online*. Menurut Romli (2012, h. 57) penulisan media daring berbeda dengan di media cetak. Teks yang disajikan pada media daring untuk “dipindai” oleh khalayak, berbeda dengan media cetak yang untuk “dibaca”. Kecenderungan untuk memindai ini yang mengharuskan media daring mengemas informasinya dengan jelas, singkat dan menarik.

Kecenderungan untuk memindai berita ini pun membuat media *online* dewasa ini mempersingkat berita mereka hingga dapat ditangkap inti beritanya saja. Contohnya media daring *Daily Mail UK* menyediakan kalimat-kalimat kesimpulan di awal berita. Dengan begitu pembaca tidak perlu membaca berita sampai habis namun dapat mengetahui inti berita hanya dengan membaca kesimpulan saja.

Fenomena media daring di Indonesia juga tidak terlalu berbeda. Berbagai media daring seperti *Detik.com* dan *Merdeka.com* hanya menampilkan empat sampai sepuluh paragraf saja per berita. Di dukung dengan judul yang sudah mencerminkan inti beritanya dan dengan konten isi yang singkat hal ini mempersingkat waktu baca khalayak.

Berbeda dengan *Tirto.id* sebagai media daring baru yang membahas suatu fenomena secara panjang. Secara kriteria media daring, *Tirto.id* tidak memenuhi kriteria sebagai media daring yang singkat dan padat. Dalam suatu artikel terdapat 20 paragraf dan terdapat tautan yang

membawa pembaca melanjutkan ke berita yang lain. Fenomena tulisan panjang yang diterapkan *Tirto.id* ini adalah jurnalisme *longform*.

2.2.2. Portal Berita di Indonesia

Margianto dan Syaefullah (2014, h. 18) menjelaskan dalam bukunya bahwa mulai mewabahnya “Dotcom” di Indonesia adalah pada awal tahun 2000. Semenjak kehadiran *Detik.com* mulailah bermunculan situs-situs berita baru di berbagai kota di penjuru Indonesia. Contohnya media daring yang hadir pada saat itu adalah *Astaga.com*, *Satunet.com*, *Lippostar.com*, *Kopitime.com* dan *Berpolitik.com*. Beberapa nama tersebut merupakan situs berita yang mempunyai modal besar berkat investor asing, seperti *Astaga* dan *Satunet*. Sedangkan untuk *Lippostar* adalah situs berita yang didirikan oleh perusahaan Indonesia, yaitu Grup Lippo.

Namun munculnya banyak situs berita pada saat itu tidak bertahan lama karena tidak diikuti dengan perkembangan bisnis yang baik. Menginjak tahun 2002, para situs berita mulai hilang satu per satu karena tidak mampu membiayai operasional media mereka. Meski demikian, *Detik.com* merupakan salah satu media yang bertahan pada saat itu.

Kemudian *Kompas* juga tetap mempertahankan versi *online* mereka walau harus mem-*branding* media mereka menjadi *Kompas Cyber Media* (Margianto & Syaefullah, 2014, h. 19).

Meski mengalami tahun-tahun yang berat antara tahun 2002 dan 2003, bisnis situs berita *online* kembali naik pada tahun 2004. *Grup Media*

Nusantara Citra (MNC) meluncurkan situ *online* mereka yaitu, okezone.com. Setelah itu Grup Bakrie mengikuti jejak langkah Grup MNC dengan mengeluarkan *VIVAnews.com*. Dengan meningkatnya jumlah pembaca *online* kemudian para media cetak mulai melihat perkembangan bisnis media *online* yang akhirnya memunculkan versi *online* mereka (Margianto & Syaefullah, 2014, h. 20-21).

Banyaknya situs berita yang bermunculan membuat media-media besar kemudian berlomba mendapatkan *traffic*. *Traffic* merupakan perkiraan seberapa banyak pembaca yang mengunjungi suatu situs. Jika *traffic* di suatu situs banyak maka media *online* tersebut dapat memanfaatkannya demia mendapat keuntungan. Caranya adalah dengan menawarkan *traffic* tersebut kepada pengiklan. *Traffic* juga menjadi penentu apakah suatu media daring kredibel atau tidak. Karena semakin banyak *traffic* membuktikan media tersebut mempunyai daya pikat (Margianto & Syaefullah, 2014, h. 30).

Melihat peluang bisnis yang besar kemudian menjadi alasan banyaknya media daring yang muncul dewasa ini. Kemunculan media daring di Indonesia kemudian memunculkan pula gaya penulisan jurnalistik yang baru, yaitu berita yang sepotong-sepotong atau sering disebut jurnalisme empat paragraf (Margianto & Syaefullah, 2014, h. 32).

Gaya penulisan ini sering dipakai oleh media daring di Indonesia terutama *Detik.com*. Dewasa ini pun semakin banyak media daring yang mengaplikasikan gaya penulisan yang singkat ini seperti *Tempo.co*, *Kompas.com*, *Kumparan.com* dan yang lainnya.

Tidak hanya mengaplikasikan gaya penulisan yang singkat, media daring di Indonesia juga berlomba menulis judul yang memikat demi mendapatkan *traffic* yang banyak. Kedua hal ini kemudian mendatangkan *problem* etik. Banyak media *online* yang ingin media mereka menjadi yang paling cepat dalam mendistribusikan berita namun lupa akan keakuratan berita.

Contoh cerita yang tidak akurat adalah pada PILPRES 2014. Pada saat itu Ahmad Dhani berjanji untuk memotong alat kelaminnya jika pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla menang dalam Pemilihan Presiden. Hal ini langsung diberitakan oleh berbagai media daring tanpa proses verifikasi terlebih dahulu. Hasilnya, pernyataan Ahmad Dhani ini adalah ulah akun palsu di Twitter saja. Untuk merespon ini, Ahmad Dhani melaporkan kejadian ini kepada Dewan Pers.

Terlepas dari gaya penulisan yang singkat dan judul yang mengundang *klik* “*clickbait*”, hadir media daring yang mengandalkan kelengkapan data dalam menulis beritanya, yaitu *Tirto.id*. *Tirto.id* yang hadir pada tahun 2016 menjadi media daring yang berbeda dari media daring Indonesia yang lain. Dengan menggunakan konsep jurnalisme *longform*, *Tirto.id* membuktikan bahwa masyarakat Indonesia masih gemar membaca berita yang panjang. Tidak hanya panjang pendeknya berita, *Tirto.id* juga mengaplikasikan elemen-elemen multimedia dalam setiap beritanya. Berita-berita yang dihasilkan dilengkapi dengan infografik, foto dan video.

Tidak sedikit berita yang dihasilkan *Tirto.id* menuai kontroversi seperti, pemberitaan nasib buruh yang bekerja di AICE pada 2017 yang berhasil membuat manajemen AICE meminta maaf dan mengganti rugi kepada buruh. Lalu terjemahaan berita investigasi Allan Nairn yang berjudul “Ahok Hanyalah Dalih Makar”.

Dari banyaknya media daring di Indonesia yang mengaplikasikan gaya penulisan singkat, peneliti ingin meneliti mengenai *Tirto.id* dengan konsep *longform* yang diaplikasikannya. Nantinya dengan penelitian ini akan diketahui mengapa *Tirto.id* mengambil konsep yang berbeda dengan media daring yang lain.

2.2.3. Jurnalisme *Longform*

Jurnalistik *longform* adalah bentuk tulisan atau artikel jurnalistik panjang yang biasanya ditulis dengan 1.000 sampai 20.000 kata (Tenore, 2012, para. 1). Kemudian Fischer juga menjelaskan bahwa *longform* tidak hanya sekedar jumlah kata melainkan laporan mendalam yang melebihi standar produksi berita biasa dan dijelaskan secara naratif menggunakan elemen multimedia. (Fischer, 2013, para. 8).

Di dalam praktiknya, jurnalisme *longform* tidak sekedar menjelaskan suatu berita secara naratif. Jurnalisme *longform* juga menggabungkan elemen multimedia seperti foto, video, peta, infografik dan ilustrasi. Penggabungan elemen multimedia ini bertujuan untuk melengkapi teks berita (Jacobson & Susan, 2010, h. 63).

Penggunaan elemen multimedia adalah untuk menarik pembaca dan membuat pembaca mengerti berita tersebut dengan mudah. Hal ini diaplikasikan oleh The Guardian, mereka menggunakan visualisasi data, video, dan GIF. Dance menjelaskan penggunaan elemen multimedia tersebut adalah sebagai alat *engagement* kepada khalayak. Dengan menarik khalayak melalui elemen multimedia, khalayak akan merasa bahwa komunikasi berjalan dua arah antara penulis dan pembaca (Ellis, 2013, para. 2).

Semakin pembaca merasa interaktif dengan media tersebut, pembaca akan meluangkan banyak waktu untuk membaca suatu berita. Penggunaan elemen multimedia ini menunjukkan 10.000 orang meluangkan waktu mereka selama 30 menit. Salah satu elemen multimedia yang dirasa mempunyai pengaruh besar menurut Dance adalah video yang diputar otomatis di awal berita (Ellis, 2013, para. 38).

Gleen Stout editor dari SB Nation Longform mengatakan bahwa *longform* adalah laporan yang lebih mendalam dari yang biasanya dimuat di koran atau majalah, proses produksi hingga memberikan pada khalayak pun juga lebih mendalam. Karena dewasa ini media untuk menulis panjang dalam dua medium tersebut sudah berkurang (Fischer, 2013, p . 9).

Salah satu contoh media daring yang mengaplikasikan konsep *longform* adalah *The Atavist*. *The Atavist* merupakan bisnis media kecil yang mencari sudut pandang baru dalam mem-*publish* konten tulisan panjang di era digital. Di dalamnya berita ditulis dengan dilengkapi oleh

link dan video. Sejak kehadirannya di akhir Januari 2011 *The Atavist* telah diunduh aplikasinya oleh pembaca lebih dari 40 ribu (Carr, 2011, para. 6, 10).

Produksi jurnalistik *longform* berbeda dengan produksi berita *online* biasa. Sebuah berita diproduksi lebih mendalam dan biasanya menghabiskan waktu lebih dari sehari. Selain itu untuk memproduksi berita *longform* membutuhkan biaya yang cukup banyak. Untuk membiayai proses produksi dan membiayai perusahaan media, sebuah media yang mengaplikasikan *longform* banyak yang menjual berita mereka dengan sistem “*subscribe*”. Pembaca harus *me-subscribe* dan membayar biaya perbulan untuk bisa berlangganan berita dari suatu media. Dengan begitu perusahaan media tersebut dapat membiayai proses produksi yang dilakukan.

Hal ini diaplikasikan oleh *The Ken* sebuah media *online* dari India yang pertama kali muncul tahun 2016. Selain mengambil penghasilan dari iklan, *The Ken* juga mengenakan biaya \$180 untuk berlangganan berita setiap bulannya. Hingga saat ini *The Ken* memiliki 20.000 pelanggan berita yang 85% berasal dari India dan beberapa dari sisanya berasal dari US (Wang, 2017, para. 4 dan 14).

Di Indonesia sendiri laporan mendalam sudah diaplikasikan dalam beberapa nama media namun tidak sepenuhnya semua konten merupakan laporan mendalam atau tulisan panjang. Sedangkan *Tirto.id* hadir dengan konten-konten tulisan yang semuanya merupakan tulisan panjang dan dilengkapi dengan elemen multimedia.

Tirto.id merupakan media daring baru yang muncul pada 2016. Berita yang terdapat di *Tirto.id* rata-rata memakan waktu untuk membacanya 4-7 menit. Panjang beritanya pun biasanya terdiri dari 20-50 paragraf. Contohnya pada berita yang dipublikasikan *Tirto.id* pada 1 November 2017 yang berjudul “Sayur Lodeh Megawati dan Kalkulasi Uang Koalisi”. Pada berita tersebut terdapat sekitar 50 paragraf dengan waktu baca 7 menit. Selain artikelnya yang panjang, *Tirto.id* juga melengkapi konten berita dengan foto, video dan infografik.

2.2.4. Proses Produksi

Sebuah berita layak diproduksi ketika sudah disusun perencanaannya oleh redaksi. Redaksi sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah badan yang memilih dan menyusun tulisan yang akan dimasukkan ke dalam surat kabar. Artinya redaksi yang memutuskan apakah sebuah isu atau topik mempunyai nilai berita atau tidak.

Untuk menghasilkan sebuah berita, sebuah media harus menempuh beberapa tahap agar berita tersebut dapat diproduksi. Menurut Romli (2003, h. 7-10), meliput berita merupakan bagian dari proses penyusunan berita. Setelah sebuah berita disusun perencanaannya barulah kemudian dilanjutkan dengan penulisan naskah berita. Ketika naskah berita sudah ditulis tahap terakhir adalah menyunting naskah.

Jadi ketika sebuah topik telah dipilih oleh redaksi kemudian dilakukan rapat redaksi untuk menyusun perencanaan berita tersebut.

Perencanaan membahas mengenai topik berita yang akan diliput dan perencanaan untuk meliput berita tersebut. Dalam rapat redaksi biasanya akan dipimpin oleh Pemimpin Redaksi yang diikuti oleh semua tim Redaksi. Untuk melakukan perencanaan biasanya Pemimpin Redaksi akan menunjuk tim sesuai dengan jenis beritanya. Misal, tim berita *Feature* akan meliput untuk kolom berita *feature* dsb.

Setelah dilakukan perencanaan seorang jurnalis akan terjun langsung ke lapangan untuk meliput sesuai topik yang mereka terima. Dalam meliput, seorang jurnalis akan mengamati kejadian, mengambil sejumlah data seperti video atau foto dan kemudian melakukan verifikasi dengan mewawancarai saksi atau pihak yang terkait. Jika data sudah diperoleh, barulah jurnalis mengolah data tersebut menjadi sebuah tulisan.

Jika naskah berita sudah siap, penulis akan mengirimkan berita mereka ke editor agar berita mereka dapat disunting atau *diedit*. Penyuntingan dilakukan untuk membenarkan kata atau penyusunan kejadian. Biasanya editor juga bisa memutuskan untuk tidak menerbitkan berita tersebut jika tidak layak.

Tahap terakhir pada proses produksi adalah mendistribusikan berita tersebut. Dalam media *online* biasanya berita akan diunggah ke dalam web oleh tim multimedia. Saat akan mengunggah berita, artikel tersebut akan dilengkapi dengan foto atau video sebagai elemen pendukung.

2.3. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses produksi berita *longform* dalam media daring Tirto.id dan bagaimana penerapan elemen *multimedia storytelling* pada laporan *longform* di *Tirto.id*. Penelitian ini dirasa berguna untuk mengetahui bagaimana tulisan *longform* diproduksi dikala dewasa ini penulisan berita di media daring ditulis dengan singkat sehingga terkadang menghasilkan ambiguitas. Untuk meneliti penelitian ini peneliti menggunakan konsep Media Daring, Portal Berita di Indonesia, Jurnalistik *Longform*, *Multimedia Storytelling* dan Proses Produksi. Ketiga konsep tersebut berguna untuk mengerucutkan fokus penelitian. Selain itu peneliti juga menggunakan dua penelitian terdahulu guna membantu peneliti mengerti konsep besar dari jurnalistik *longform*. Peneliti menilai bahwa penelitian ini menjadi penting untuk melihat penerapan konsep *longform* pada sebuah media dan bagaimana media tersebut menerapkan *multimedia storytelling* pada beritanya. kemudian penelitian ini juga dilakukan agar dapat mendeskripsikan bagaimana jurnalistik *longform* hadir di tengah-tengah berita dengan kualitas rendah dan dapat membantu dalam bidang akademis untuk memahami proses produksi dalam jurnalistik *longform*.



Grafik 2.1. Kerangka Pemikiran

