



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

Penelitian terdahulu dapat menjadi acuan peneliti dalam menulis penelitian ini. Tujuan dari penelitian terdahulu adalah agar menjadi referensi dan juga menambah literasi dan teori-teori sebagai alat bantu untuk mendukung penelitian ini.

2.1.1 Peneliti 1

Penelitian terdahulu dengan judul “You Really, Truly, Have To Be There: Video Journalism As A Social And Material Construction” ditulis pada 2011 oleh Mary Angela Bock dari Association for Education in Journalism (AEJMC).

Tujuan penelian ini adalah untuk menguji mengenai praktik kerja sehari-hari dari seorang jurnalis video di berbagai macam *setting* di dalam organisasi, baik koran maupun stasiun televisi yang berindikasi adanya pengendalian berita oleh pada jurnalis. Penelitian ini menggunakan teori *gatekeeping theory* sebagai pisau analisis untuk menguji dari adanya indikasi pengendalian berita oleh jurnalis.

Penelitian kualitatif ini menggunakan metode etnografi yang merupakan gabungan antara observasi dan wawancara jangka panjang. Data dikumpulkan selama dua tahun dengan menggunakan sampel yang dirancang untuk memungkinkan perbandingan antara organisasi dan institusi.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa dengan adanya permintaan yang lebih mendesak pada hasil akhir, maka akan semakin intens jurnalis video tersebut berkeja dalam kerangka yang sudah terkonsep. Selanjutnya, karena jurnalis video membutuhkan akses materi sehingga pemilik kekuasaan dapat menentukan sebuah cerita akan hidup atau mati. Kemudian hasil penelitian lainnya mengatakan bahwa jurnalis video lebih merasa puas terhadap pekerjaannya apabila tidak memiliki deadline harian.

2.2.2 Peneliti 2

Peneliti terdahulu dengan judul “Convergence Calls Multimedia Storytelling at British News Websites” ditulis pada 2008 oleh Neil Thurman dan Ben Lupton dari Sage Publications.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai perkembangan penggunaan multimedia oleh British nasional dan regional *online news*, dan investasi untuk bidang teknologi, staf, dan pelatihan.

Penelitian kualitatif ini menggunakan metode studi kasus dengan *in-depth research interview*. Teori yang digunakan adalah *New Media*.

Hasilnya menunjukkan bahwa, dalam periode menurunnya pembaca surat kabar dan penonton TV, para editor sangat antusias untuk menggunakan teknologi baru, yang dipandang sebagai bagian dari masa depan berita. Pada saat yang sama, teks masih menjadi landasan untuk situs berita, terutama pada perubahan tata bahasa dan fungsi video berita saat digunakan secara *online*. Dari segi ekonomi, konvergensi memungkinkan masuknya *partnership* agar dapat melayani khalayak mereka dengan konten video. Video *in-house*

melengkapi konten gabungan, dan penulis memeriksa perkembangan yang terjadi dalam pelatihan dan praktik perekrutan pada *newsroom*.

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

Peneliti, Asal, Tahun	Peneliti 1	Peneliti 2	Peneliti
	Nama: Mary Angela Bock Tahun: 2011 Asal: Association for Education in Journalism (AEJMC).	Nama: Neil Thurman dan Ben Lupton Tahun: 2008 Asal: Sage Publications	
Judul Penelitian	You Really, Truly, Have To Be There: Video Journalism As A Social And Material Construction	Convergence Calls Multimedia Storytelling at British News Websites	Konstruksi Fenomena Video Jurnalistik dalam Facebook bagi Produsen dan Konsumen: Studi Kasus pada 20DETIK
Masalah Penelitian	1. Bagaimana proses video jurnalistik dibandingkan	Bagaimana perkembangan penggunaan multimedia oleh	Bagaimana konstruksi sosial teknologi “dabs” pada

	<p>dengan produk jurnalistik lainnya?</p> <p>2. Bagaimana sifat materi fotografi dapat memengaruhi proses?</p> <p>3. Bagaimana konsep tunggal dalam pengambilan gambar, penulisan, editing, dapat memengaruhi proses?</p> <p>4. Bagaimana proses video jurnalistik dapat mempengaruhi hasil?</p>	<p>British nasional dan regional <i>online news</i>, dan investasi untuk bidang teknologi, staf, dan pelatihan.</p>	<p>20DETIK?</p>
<p>Tujuan Penelitian</p>	<p>Untuk menguji mengenai praktik kerja sehari-hari</p>	<p>Untuk menjelaskan mengenai perkembangan</p>	<p>Untuk mengetahui konstruksi sosial</p>

	dari seorang jurnalis video di berbagai macam setting di dalam organisasi, baik koran maupun stasiun televisi yang berindikasi adanya pengendalian berita oleh pada jurnalis.	penggunaan multimedia oleh British nasional dan regional <i>online news</i> , dan investasi untuk bidang teknologi, staf, dan pelatihan.	teknologi “dabs” video pada 20DETIK
Paradigma	Tidak dinyatakan secara eksplisit	Tidak dinyatakan secara eksplisit	Konstruktivis
Pendekatan	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Teori yang Digunakan	<i>Gatekeeping Theory</i>	<i>New Media</i>	<i>Social Construction of Technology</i>
Metode Penelitian	Etnografi	Studi Kasus	Studi Kasus
Lokasi Penelitian	BBC, New York Times	British News Websites	20DETIK
Hasil	Hasil penelitian ini	Dalam periode	

<p>Penelitian</p>	<p>menemukan bahwa dengan adanya permintaan yang lebih mendesak pada hasil akhir, maka akan semakin intens jurnalis video tersebut berkeja dalam kerangka yang sudah terkonsep. Selanjutnya, karena jurnalis video membutuhkan akses materi sehingga pemilik kekuasaan dapat menentukan sebuah cerita akan hidup atau mati. Kemudian hasil</p>	<p>menurunnya pembaca surat kabar dan penonton TV, para editor sangat antusias untuk menggunakan teknologi baru, yang dipandang sebagai bagian dari masa depan berita. Pada saat yang sama, teks masih menjadi landasan untuk situs berita, terutama pada perubahan tata bahasa dan fungsi video berita saat digunakan secara <i>online</i>. Dari segi ekonomi, konvergensi memungkinkan masuknya</p>	
-------------------	--	---	--

	<p>penelitian lainnya mengatakan bahwa jurnalis video lebih merasa puasa terhadap pekerjaannya apabila tidak memiliki deadline harian.</p>	<p><i>partnership</i> agar dapat melayani khalayak mereka dengan konten video. Video <i>in-house</i> melengkapi konten gabungan, dan penulis memeriksa perkembangan yang terjadi dalam pelatihan dan praktik perekrutan pada <i>newsroom</i>.</p>	
--	--	---	--

Persamaan antara penelitian pertama milik Mary Angela Bock dan peneliti adalah pembahasan mengenai video dan pendekatan penelitian berupa kualitatif. Namun, masalah penelitian yang diteliti oleh Bock lebih mendalam. Bock meneliti dari segi perbandingan dengan produk jurnalistik lainnya, sifat materi fotografi yang dapat memengaruhi proses, konsep dalam pengambilan gambar yang dapat memengaruhi proses, dan proses video jurnalistik dapat memengaruhi hasil. Sedangkan, peneliti hanya berupa mencari gambaran umum mengenai bagaimana jurnalis dan khalayak dalam mengonstruksi fenomena video jurnalistik dalam Facebook. Karena penelitian

Bock jauh lebih mendalam maka beberapa hal dapat menjadi pelengkap bagi penelitian peneliti, seperti penggunaan siklus proses produksi video yang berbeda dari siklus proses produksi yang di dalam buku yang hanya membahas secara teknis.

Pada penelitian yang kedua milik Neil Thurman dan Ben Lupton, memiliki kesamaan pembahasan penelitian mengenai penggunaan media baru dan pendekatan penelitian berupa kualitatif. Penelitian peneliti dapat menjadi penelitian lanjutan terhadap penelitian Thurman dan Lupton. Penelitian milik Thurmond an Lupton dapat memperkuat latar belakang penelitian peneliti bahwa penggunaan dan pemanfaatan teknologi untuk perkembangan media berita merupakan hal yang penting.

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 *Digital Journalism*

Digitalisasi telah menjadi salah satu pendorong utama di balik perubahan sifat jurnalistik karena mempengaruhi nilai berita, etika profesional, alur kerja, kondisi kerja, dan manajemen *newsroom*. Jurnalisme telah masuk pada era dengan peluang yang belum ada sebelumnya (Dragomir dan Thompson, 2014, h. 12).

Selanjutnya, digitalisasi memberikan kesempatan kepada jurnalis dalam tiga aspek penting yaitu cepat dalam pemberian informasi, akses yang lebih baik terhadap sumber dan informasi, dan lebih berinteraksi terhadap pembaca (Dragomir dan Thompson, 2014, h. 108).

Dragomir dan Thompson (2014, h. 108) juga menjelaskan bahwa hampir di seluruh negara yang menerapkan media *digital*, telah meningkatkan

interaksi antara tim editorial dengan pembacanya. Hal tersebut dilakukan untuk memudahkan dalam memahami kebiasaan dan kegemaraan pembacanya.

Produksi berita yang semakin cepat dengan tingginya volume berita yang dihasilkan, mengharuskan jurnalis untuk bekerja dengan waktu yang lebih panjang dan kebutuhan akan keterampilan beragam dalam dunia *digital*. Jurnalis di era *digital* tidak hanya menulis artikel, tetapi juga memotret serta mengedit gambar dan video, dan mengelola media sosial (Dragomir dan Thompson, 2014, h. 110).

Perubahan menuju digitalisasi tidak mengarah pada lanskap media yang beragam. Para penyedia konten menawarkan informasi yang lama pada *platform* baru. Namun, keuntungan dari adanya *online platforms* adalah memungkinkan untuk melakukan *update* berita secara terus menerus kapan saja. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan terjadinya interaksi dengan konsumen melalui kolom komentar dan memudahkan dalam melakukan survei publik (Dragomir dan Thompson, 2014, h. 129).

Digitalisasi juga mengarah pada perubahan profil khalayak baru. Generasi muda cenderung menggunakan *platform* baru untuk mengakses informasi sedangkan generasi yang lebih tua lebih memilih untuk menggunakan media tradisional (Dragomir dan Thompson, 2014, h. 131). Jumlah negara yang telah menggunakan jaringan sosial sebagai media untuk mengonsumsi berita terus bertambah (Dragomir dan Thompson, 2014, h. 133). Khususnya untuk para generasi muda yang

dengan mudah mengklik tautan yang disebarkan oleh media tersebut melalui jejaring sosial yang cukup populer yaitu Facebook dan Twitter. Mereka juga akan mengikuti berita yang menjadi rekomendasi dari temannya pada jejaring sosial tersebut (Dragomir dan Thompson, 2014, h. 134).

Untuk mengakses berita di internet sangatlah bebas. Bagi generasi muda, mengunjungi portal berita di media sosial (khususnya Facebook) telah menjadi hal yang sangat populer untuk mendapatkan berita (Dragomir dan Thompson, 2014, h. 138).

2.2.2 Media Sosial

Internet, media sosial, dan teknologi multimedia telah menjadi sebuah kesatuan yang sulit untuk dipisahkan serta memicu pada kehadiran hal-hal yang baru. Kehadiran dari media sosial ini juga memudahkan untuk berinteraksi dari belahan dunia mana saja. Secara garis besar media sosial juga dapat dikatakan sebagai media *online*. Melalui aplikasi berbasis internet, para penggunanya mampu berbagi berbagai dan berpartisipasi dalam berbagai hal. Selain itu, media sosial juga memungkinkan penggunanya untuk menciptakan konten yang dapat berupa blog, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual tersebut didukung oleh adanya teknologi multimedia (Mulyati, 2014, h. 25). Mulyati (2014, h. 27) mengatakan bahwa media sosial telah berperan sebagai bentuk yang mampu menandingi media-media konvensional, seperti televisi, radio, atau media cetak.

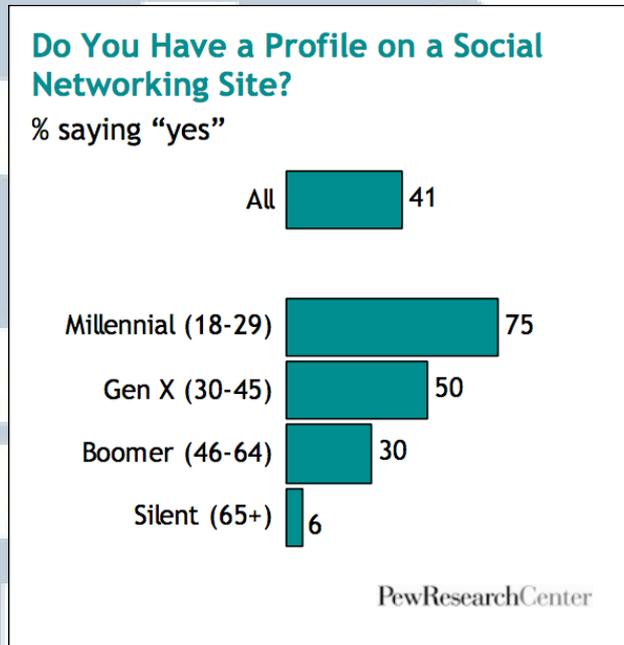
Keberadaan dari media sosial sulit untuk dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal tersebut dikarenakan media sosial memiliki manfaat yang dapat memudahkan kehidupan manusia menjadi lebih efektif dan efisien (Mulyati, 2014, h. 28).

Asia Tenggara memiliki jumlah pengguna aktif media sosial yang cukup tinggi. Mereka menggunakan Facebook sebagai sarana untuk mengunggah foto. Di Indonesia sendiri terdapat 50 juta pengguna Facebook atau 20% dari total populasi (Dragomir dan Thompson, 2014, h. 285)

Media sosial seperti Facebook dan Twitter memberikan kesempatan untuk generasi muda dapat berpartisipasi dalam kehidupan publik, dan hal ini merupakan hal yang ditakutkan oleh para orang tua (Boyd, 2014, h. 10). Konten-konten yang berada pada media sosial akan terus ada karena teknologi dirancang agar tetap terekam (Boyd, 2014, h. 11).



Gambar 2.1 Pengguna Jejaring Sosial



Sumber: Pew Research Center. 2010. *Millennials: Confident. Connected. Open to Change*. USA: Pew Research Center.

Berdasarkan tabel tersebut, pengguna jejaring sosial terbanyak berada pada generasi *millennials*. Mereka merupakan generasi yang terlena pada teknologi *digital* dan media sosial. Bahkan, mereka memperlakukan *gadget* nya seperti layaknya tubuh mereka sendiri (Pew Research Center, 2010, h.1). Generasi *millennials* menjadi pemimpin dalam hal kegemarannya terhadap teknologi. Bagi mereka, inovasi ini lebih dari sekadar untuk mendapat informasi dan hiburan (Pew Research Center, 2010, h. 25).

2.2.3 Generasi *Millennials*

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, h. 5).

Tabel 2.2 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.

Dari tabel tersebut terlihat bahwa generasi *millennials* adalah generasi yang lahir pada 1980 – 1999. Brand Amplitude (2008, h. 5-6) memaparkan mengenai karakteristik dari generasi *millennials*.

- (1) Para generasi *millennials* umumnya sangat kritis. Namun, menjadi generasi yang paling serakah dan manja.
- (2) Sebagai generasi, mereka kurang konservatif secara sosial daripada generasi sebelumnya - bahkan ketika generasi sebelumnya seusia mereka.

(3) Tidak seperti generasi sebelumnya, mereka cenderung tidak berpegang pada gagasan hidup sebagai 'jalur karier' dan akibatnya akan menempatkan merasa pada rasa nyaman antara pekerjaan dan kehidupan pribadi.

(4) Para *millennials* biasanya tidak memandang diri mereka sebagai bagian dari 'generasi', namun tetap memiliki beberapa nilai bersama sebagai satu kelompok, seperti dalam hal ketepatan waktu, 'membuat perbedaan', toleransi, pengelolaan lingkungan, keluarga, perspektif global, teknologi, kebebasan pribadi, dan teknologi.

Berdasarkan data-data yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian ini akan menjadikan generasi *millennials* sebagai konsumen yang dimasukkan. Oleh sebab itu, penelitian ini akan menargetkan pada masyarakat yang berusia paling tua 37 tahun dan yang paling muda berusia 18 tahun.

2.2.4 Video Jurnalistik

Tidak semua topik cocok untuk dijadikan sebagai video jurnalistik, ada beberapa yang memang harus disajikan dalam bentuk cetak atau radio (Kobré, 2012, h. 41). Menurut Kobré (2012, h. 51)

ketika sudah memiliki apa yang dirasa cocok untuk video dan *multimedia story*, ada beberapa komponen pendukung kesuksesan yaitu:

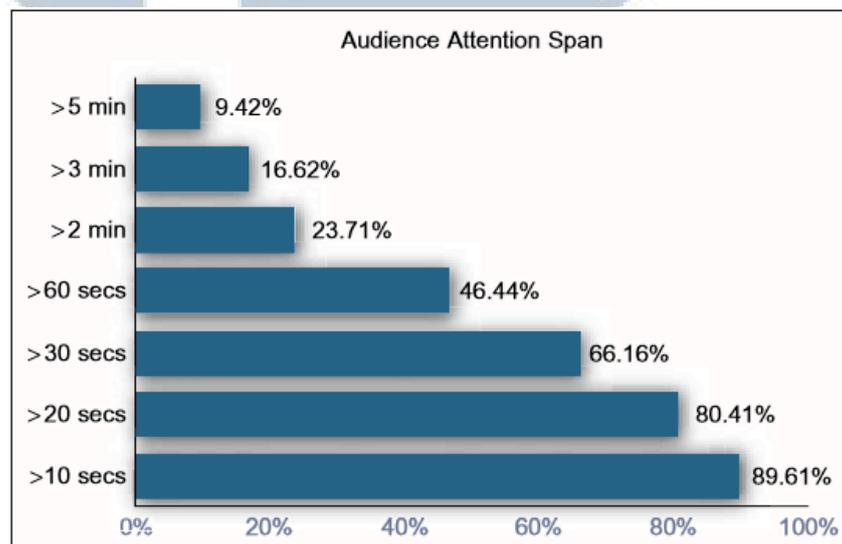
- (1) Harus memiliki alur narasi yang berpotensi memicu konflik dan ketegangan.
- (2) Memiliki karakter yang kuat.

(3) Berisikan tema yang relevan dan universal di luar dari cerita itu sendiri.

(4) Memiliki sebuah pesan yang berusaha disampaikan berdasarkan isu-isu penting.

Berdasarkan survei pada pengguna di internet, sebesar 89,61% khalayak akan sangat tertarik dan mau menonton pada video yang berdurasi singkat yaitu kurang dari 10 detik (Kobré, 2012, h. 56). Semakin panjang durasi sebuah video maka ketertarikan khalayak untuk menonton video tersebut akan menurun.

Gambar 2.2 Total Waktu Ketertarikan Khalayak



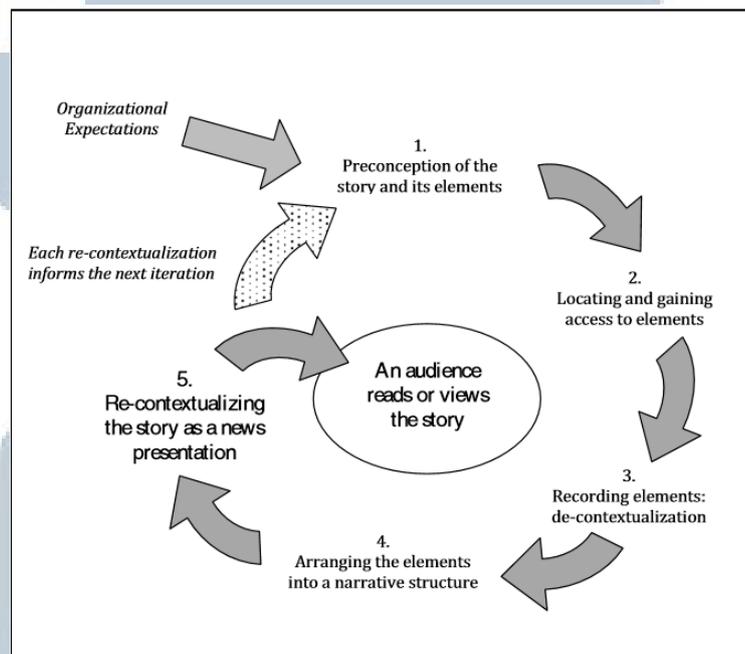
Sumber: Kobré, Kenneth. 2012. *Videojournalism: Multimedia Storytelling*. UK: Focal Press

Kebanyakan *online* video berdurasi sekitar 1,5 menit hingga 3 menit. Ada sekitar 10-20 *viewers* yang akan menonton video hingga habis. Tantangan bagi video jurnalistik adalah untuk menarik perhatian

khalayak agar mau dan mampu menonton video hingga habis (Kobré, 2012, h. 56).

Jurnalis video yang baik tidak hanya melaporkan fakta. Mereka menggunakan teknik bercerita klasik untuk menyajikan kisah tentang orang secara nyata. Mereka berbagi cerita mereka dalam bentuk dokumenter pendek, biasanya ditampilkan di Internet, tapi juga di televisi, terkadang bahkan di bioskop (Kobré, 2012, h. 7).

Gambar 2.3 Siklus Produksi Video



Sumber: Bock, Mary Angela. 2011. *“You Really, Truly, Have to “Be There”*: Video Journalism as a Social and Material Construction”.

J&MC Quarterly, vol. 88, no. 4, h. 705-718.

Bock (2011, h. 710-713) menjelaskan tahap pertama adalah penentuan oleh jurnalis tentang bagaimana sebuah cerita ingin disampaikan dan dikemas serta elemen-elemen apa saja yang termasuk di

dalamnya. Selanjutnya, tahap kedua ketika konsep narasi sudah ditentukan, elemen-elemen penting tersebut harus diidentifikasi dan dilokasikan. Elemen tersebut dapat berupa benda-benda untuk keperluan audio dan visual, *setting*, dan tokoh pendukung. Video jurnalis harus mampu merepresentasikan sebuah cerita secara visual. Tahap yang ketiga adalah *shooting*. Setelah video jurnalis mengambil gambar dari elemen-elemen yang dibutuhkan, masuk pada tahap eksekusi. Video jurnalis mulai mengonstruksikannya ke dalam bentuk visual yang bercerita. Setelah melakukan *shooting*, video jurnalis harus membuat naskah untuk narasi langsung yang akan disampaikan sebagai pelengkap dari video. Oleh sebab itu seorang video jurnalis harus memiliki kemampuan mengedit yang baik. Dan tahap yang terakhir adalah *re-contextualizing*. Tahap ini adalah bagian rekonteksualisasi ketika video tersebut sudah dipresentasikan sesuai dengan bagaimana organisasi ingin memublikasikannya. Untuk video misalnya akan dipublikasikan melalui TV pada program tertentu.

2.2.5 Social Construction of Technology

Pinch dan Bijker dalam *The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other* mengatakan bahwa ilmu pengetahuan dan studi terhadap teknologi dapat saling menguntungkan satu sama lain. Hal tersebut memunculkan pandangan konstruksi sosial yang lazim dalam sosiologi sains yang juga muncul dalam sosiologi

teknologi memberikan titik awal yang berguna (Bijker dan Pinch, 1987, h. 17).

Sebelum membentuk sebuah kerangka mengenai konsep yang ditemukan oleh Bijker mengenai studi terhadap sosiologi teknologi, kita harus menunjukkan ketidakseimbangan antara dua pendekatan yaitu *The Empirical Programme of Relativism* (EPOR) dan *Social Construction of Technology* (SCoT). EPOR adalah bagian dari tradisi yang berkembang dalam sosiologi pengetahuan ilmiah. Ini adalah program yang sudah teruji dan didukung oleh banyak penelitian empiris. Sebaliknya, sosiologi teknologi adalah bidang yang lebih awal dengan tanpa tradisi penelitian yang mapan, dan pendekatan yang kita gunakan secara khusus (SCOT) hanya pada tahap empiris awal, walaupun dengan jelas memperoleh momentum (Bijker dan Pinch, 1987, h. 28).

Dalam SCOT, proses perkembangan sebuah artefak teknologi digambarkan sebagai alternatif dari variasi dan seleksi. Hal tersebut menghasilkan model "multidirectional", berbeda dengan model linier yang digunakan secara eksplisit dalam banyak penelitian inovasi dan secara implisit dalam banyak sejarah teknologi. Pandangan multidirectional semacam itu sangat penting bagi konstruksi sosial tentang teknologi (Bijker dan Pinch, *ibid*).

Social Construction of Technology (SCoT) merupakan bagian penting dari perkembangan studi ilmu pengetahuan dan teknologi. Literatur mengenai hubungan antara ilmu pengetahuan dan teknologi

lebih beragam dan termasuk di dalamnya kontribusi dari berbagai perspektif disiplin ilmu lainnya (Bijker dan Pinch, 1987, h. 19).

Seperti yang dijelaskan oleh Pinch dan Bijker kerangka konseptual dari SCoT dibagi sebagai berikut:

(1) Interpretive Flexibility

Tahapan pertama dari EPOR melibatkan di dalamnya tentang demonstrasi dari fleksibilitas interpretasi dari teuan ilmiah. Dalam SCoT, setara dengan tahap pertama EPOR, merupakan demonstrasi bahwa artefak teknologi disusun dan ditafsirkan secara kultural. Dengan kata lain, fleksibilitas interpretatif dari artefak teknologi harus ditunjukkan. Dengan ini dimaksudkan tidak hanya ada fleksibilitas dalam bagaimana orang memikirkan atau menafsirkan artefak, tetapi juga ada fleksibilitas dalam bagaimana artefak tersebut dirancang. Tidak hanya ada satu atau salah satu cara terbaik untuk merancang sebuah artefak. Pada prinsipnya, hal tersebut dapat ditunjukkan dengan cara yang sama seperti kasus sains, yaitu dengan wawancara dengan para teknolog yang terlibat dalam kontroversi teknologi kontemporer (Bijker dan Pinch, 1987, h. 40).

Penting untuk disadari bahwa demonstrasi fleksibilitas interpretasi oleh wawancara dan sumber-sumber sejarah ini hanyalah satu dari sekian kemungkinan metode yang mungkin. Paling tidak dalam

studi teknologi, metode lain bisa diterapkan dan benar-benar telah digunakan. Dapat ditunjukkan bahwa kelompok sosial yang berbeda memiliki interpretasi yang berbeda secara radikal terhadap satu artefak teknologi (Bijker dan Pinch, 1987, h. 41).

(2) *Relevant Social Group*

Dalam menentukan masalah mana yang relevan, sosial grup harus fokus terhadap artefak dan pemahaman yang diberikan kelompok sosial tersebut terhadap artefak memegang peranan yang sangat penting. Penggunaan konsep sosial grup relevan bersifat langsung (Bijker dan Pinch, 1987, h. 30).

Persyaratan utamanya adalah bahwa semua anggota kelompok sosial relevan memiliki seperangkat makna yang sama terhadap artefak tertentu. Dalam menentukan kelompok sosial mana yang relevan, pertama-tama harus menentukan apakah artefak tersebut memiliki arti yang sama bagi kelompok sosial yang sedang diselidiki (Bijker dan Pinch, 1987, *ibid*).

Ketika kelompok sosial relevan sudah dapat diidentifikasi, maka mereka akan mendeskripsikan secara lebih detil. Hal tersebut dibutuhkan untuk memberikan penjelasan yang lebih dalam mengenai artefak oleh

masing-masing kelompok sosial relevan (Bijker dan Pinch, 1987, h. 34).

Setelah mengidentifikasi kelompok sosial yang relevan untuk artefak tertentu, selanjutnya akan membahas masalah yang dimiliki masing-masing kelompok sehubungan dengan artefak tersebut. Setiap masalah yang muncul, akan diidentifikasi beberapa varian solusi (Bijker dan Pinch, 1987, h. 35).

(3) *Closure and Stabilization*

Pada tahap ini, EPOR menyangkut pada pemetaan mekanisme penutupan (*closure*) dan SCoT menyangkut untuk menstabilkan (*stabilization*) sebuah artefak. Untuk mampu menggambarkan hal tersebut, dibagi menjadi dua yaitu melalui *rethorical closure* dan *closure by redefinition of the problem* (Bijker dan Pinch, 1987, h. 44).

Rethorical closure, merupakan penutupan (*closure*) dalam teknologi melibatkan stabilisasi artefak dan hilangnya masalah. Untuk menutup sebuah masalah teknologi, tidak perlu dilakukan pemecahan masalah dalam pengertian umum dari kata tersebut. Poin utamanya adalah kelompok sosial relevan melihat masalah tersebut sudah terselesaikan. Dalam hal ini adanya penyampaian langsung yang memegang peranan penting dalam membentuk peknaan dari kelompok sosial relevan. Hal tersebut

dilakukan untuk meyakinkan bahwa artefak yang memiliki masalah tersebut sudah berada pada tahap yang aman (*closure*) (Bijker dan Pinch, *ibid*).

Closure by Redefinition of the Problem, merupakan penutupan (*closure*) dengan adanya penerjemahan ulang terhadap masalah yang ada. Pendefinisian ulang masalah pada artefak ini seharusnya memiliki arti solusi, yaitu untuk mencapai penutupan masalah pada dua kelompok sosial relevan yang ada (Bijker dan Pinch, 1987, h. 46).

(4) *Wider Context*

Situasi sosial budaya dan politik kelompok sosial membentuk norma dan nilai, yang pada gilirannya mempengaruhi makna yang diberikan pada sebuah artefak.

Karena telah menunjukkan bagaimana makna yang berbeda dapat membentuk garis perkembangan yang berbeda, model deskriptif SCoT menawarkan operasionalisasi hubungan antara lingkungan yang lebih luas dan konten teknologi (Bijker dan Pinch, 1987, h.46).

Komponen SCoT tersebut akan digunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini. Melalui komponen tersebut akan diketahui mengenai bagaimana konstruksi yang dibentuk dari sisi jurnalis dan juga konsumen. Dari sisi jurnalis yaitu tentang bagaimana artefak teknologi tersebut di desain dan dari sisi konsumen adalah tentang

bagaimana anggota sosial memaknai dan menginterpretasikan artefak tersebut.

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.4 Konstruksi Fenomena Video Journalistik dalam Facebook bagi Produsen dan Konsumen

