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 PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, ada dua penelitian sejenis terdahulu yang mendekati objek peneliti. Penelitian terdahulu digunakan oleh penulis untuk membandingkan serta melakukan pengembangan terhadap penelitian yang sudah ada sebelumnya. Selain itu, penulis juga dapat melihat objek penelitian dari sudut pandang yang berbeda dan bisa menjadi referensi dalam melaksanakan penelitian di lapangan.

Jurnal Penelitian pertama berjudul, *Dari Multi-Disorder Hingga Multimedia Journalism Sebuah Catatatn Sejarah Media,* Sebuah kumpulan jurnal penelitian yang diterbitkan oleh Jurnal E-Komunikasi Universitas Petra, Surabaya ini menggunakan metode riset histografi dengan realisme kritis. Tujuan dari jurnal penelitian ini yaitu untuk mengetahui beberapa elemen penyebab munculnya *multimedia journalism* di berbagai media *online.*

Sebuah penelitian yang tertera di dalam Jurnal E-Komunikasi Universitas Petra ini, memiliki hasil yaitu *multimedia journalism* yang merupakan produk presentasi dan konten berita yang menjadi *milestone* atau tonggak baru dalam sejarah jurnalisme pada era tahun 2000-an. *Multimedia journalism* termasuk dalam konten digital, maka sangat relevan bila dijadikan rujukan dalam penelitian ini. Kemunculan *multimedia jourrnalism* disebabkan oleh beberapa elemen penyebab, atau dalam penelitian sejarah realisme kritis, disebut mekanisme generatif. Penelitian ini mencatat lima elemen penyebab munculnya *multimedia*

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

journalism di berbagai media online, yaitu (1) inovasi teknologi, (2) jurnalis foto, (3) organisasi bisnis media, (4) khalayak, dan (5) kondisi politik, ekonomi, sosial, serta budaya. Dalam jurnal penelitian ini juga dijelaskan, bahwa setiap elemen memiliki situasi masing-masing yang cenderung tidak teratur dan berada di masa transisi. Ketidakteraturan ini bersifat saling terpaut satu sama lain hingga melahirkan *multimedia journalism.* Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Mariana Kurniawati, menyebut situasi yang tak teratur ini dengan istilah *multi-disorder*. Dalam penelitianya ditemukan, multimedia journalism muncul dari akumulasi lima kondisi "*disorder*" yang terjadi pada tiap elemen atau mekanisme generatif.

Berdasarkan temuan jurnal ini, inovasi teknologi memegang peranan paling krusial. Keempat elemen lainnya tidak akan berarti tanpa adanya inovasi teknologi. Artinya, *multimedia journalism* pun tak akan pernah ada tanpa adanya internet, *web*, kamera digital, serta berbagai perangkat lunak.

Perbedaaan jurnal penelitian ini, dengan penelitian yang akan penulis lakukan tidak begitu signifikan dari segi teknis namun, mampu membawa peneliti untuk mengatarkan kepada konsep *mobile and social media journaism*. Fitur pada aplikasi media sosial *Instagram* ini tegolong baru yang hadir pada awal tahun 2018, ini merupakan teknologi, yang merupakan salah satu aspek munculnya konsep *multimedia journalism* yang telah dijelaskan.

Kesempatan ini digunakan oleh media *online* BBC Indonesia untuk mengisi sebagian konten audio visualnya. Persamaan penelitian pertama, dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu, konten atau sebuah produk jurnalistik dengan konsep digitalisasi. BBC Indonesia telah membuat konten digitalnya dan

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

mengunggahnya pada media sosial *Instagram* dalam fiturnya IGTV. Penelitian yang akan penulis lakukan, akan fokus pada proses pra produksi, produksi, hingga paska produksi serta bagaimana BBC Indonesia mempertahankan *audience*-nya pada media sosial, dengan konten yang telah dibuatnya.

Dalam aspek khalayak, dijelaskan bahwa, individu-individu masa kini yang merupakan khalayak media massa, memiliki latar yang mengakibatkan terbentuknya pola konten media *online*. Mereka berhasil membentuk persyaratan tertentu yang membuat konten portal berita *online* tidak lagi melulu memuat apa yang sudah tertulis di media cetak, televisi, radio. Melainkan menghasilkan kemasan berita baru yaitu memanfaatkan media sosial dan terbentuklah kultur baru dalam *multimedia journalism*.

Penelitian kedua dilakukan oleh Aulia Zahra Syahid, penelitian ini berjudul *Penyampaian Infografik Melalui Media Sosial Instagram*, dengan sub judul Studi Mengenai Penyampaian Infografik Pada Akun Media Sosial Instagram @tirto.id. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus Robert K. Yin, serta jenis penelitian yang deskriptif. Adapun teori yang digunakan adalah Determinisme Teknologi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses penyampaian dengan infografik pada akun media sosial @tirto.id. Penelitianya ingin mengupas bagaimana proses mencari, memilih, dan mengolah dalam pembuatan infografik dan juga mengetahui bagaimana hasil kontruksi realitas dari media sosial instagram terhadap infografik yang dihadirkan oleh akun instagram @tirtoid.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

Media Tirto.id menggunakan perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media sosial instagram dalam menyampaikan infografik, sehingga hal tersebut dapat membentuk cara berpikir masyarakat yang menjadi lebih mudah memahami isi berita. Hasil penelitian ini menyatakan, adanya perkembangan teknologi yang memudahkan segala sesuatu dapat diakses dalam hitungan detik, membentuk cara berperilaku tim media sosial, Tirto.id.

Peenelitian kedua ini, hampir sama dengan apa yang ingin penulis lakukan, namun tetap memiliki perbedaan pada objek penelitianya. Objek penelitian yang dilakukan oleh Aulia Zahra adalah instansi media bernama Tirto.id, yang memiliki akun instagram @tirto.id, namun penulis menggunakan objek penelitian yaitu media massa BBC Indonesia yang memiliki akun instagram @bbcindonesia. Dalam penelitianya Aulia Zahra lebih fokus kedalam penyampaian informasi yang disajikan melalui infografik, namun penulis akan lebih fokus kepada fitur terbaru dari instagram yaitu IGTV (Instagram TV), dimana informasi berupa video yang dikemas dengan format vertikal.

Perbedaan penelitian kedua, dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada fitur yang disediakan oleh instagram. Pada penelitian Aulia Zahra, ia memilih fitur yang umum, yang sudah ada sejak aplikasi intagram pertama muncul, yaitu *feed*, atau *timeline* dengan format 1:1 atau kotak. Penulis memilih untuk meneliti fitur baru di *Instagram* yaitu *Instagram TV* atau IGTV. Hal ini adalah hal baru, dan akan peneliti eksplorasi lebih dalam, dimana konten digital, berupa video yang biasanya diolah dengan format horizontal, kini berubah menjadi vertikal.

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

Media sosial merupakan hal yang baru dalam era jurnalisme, penelitian Aulia Zahra membuktikan bahwa media sosial dan teknologi membawa pengaruh positif dan berdampak bagi khalayak luas, oleh karenanya penulis akan melakukan riset lebih dalam mengenai *Social Media Journalism.*

Tabel 2.1 Perbedaan Fokus Penelitian

	Penelitian Pertama	Penelitian Kedua	Penelitian yang diteeliti penulis
Judul	Dari Multi-Disorder Hingga *Multimedia Journalism* Sebuah Catatan Sejarah Media	*Penyampaian Infografik Melalui Media Sosial Instagram*	Penarapan *Mobile And Social Media Journalism* Pada Media Sosial *Instagram* Melalui Fitur *IGTV* BBC Indonesia
Penulis	Mariana Kurniawati	Aulia Zahra Syahid	Oktama Kriscahyanto
Universitas	Universitas Kristen Petra Surabaya	Universitas Pasundan	Universitas Multimedia Nusantara
Metodologi	Histografi Realisme	Studi Kasus	Studi Kasus Robert K. Yin
Perbedaan	- Lebih	- Subjek	- Subjek

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

	menceritakan proses konsep *multimedia journalism.* - Objek yang diteliti berdasarkan sejarah dan beberapa sumber data dan buku	penelitian kedua fokus pada media massa yang menggunakan infografis, dalam akun media sosialnya. - Media yang diteliti adalah Tirto.id.	penelitian fokus pada penerapan *social media journlism.* - Media yang diteliti adalah BBC Indonesia - Adanya aplikasi media sosial *instagram* dalam penelitian.

Sumber: Peneliti, 2019

2.2 *Mobile and Social Media Journalism*

Seiring dengan perkembangan zaman, ada perbedaan yang mendasar sebelum masuknya era media sosial yaitu, alur komunikasi. Seperti pada jurnalisme cetak dan penyiaran, hal ini merupakan hal yang mendasar pada model komunikasi satu arah *one-way communication*. Ketika model ini berjalan, sedikit sekali komunikasi yang terjadi. Seperti yang dikatakan Adornato (2017), publik dianggap pasif karena belum ada teknologi yang mendorong untuk memudahkan interaksi dengan produsen berita, berupa topik atau isu yang dihadirkan kepada khalayak. Hal ini berbanding terbalik ketika munculnya perangkat *mobile* dan media sosial, khalayak yang tadinya pasif menjadi khalayak aktif. Interaktivitas yang terjadi menggeser konsep jurnalisme yang tadinya satu arah menjadi dua

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

arah. Sebuah konten yang diunggah ke media sosial, dapat ditanggapi seketika oleh khalayak (p. 26).

Media sosial dan perangkat seluler saat ini dicirikan oleh;

1. Aksesbilitas: hampir semua orang memiliki akses ke perangkat sseluler.
2. Pemirsa aktif: pemirsa dapat membuat dan mempublikasikan kontenya.
3. Interaktivitas: pesan dan umpan balik terjadi bersamaan.

Adornato (2017) menjelaskan, Ketika melihat lebih dalam bagaimana perangkat seluler dan media sosial memberikan dampak kepada jurnalis dan *audience*, keduanya memiliki kesinambungan, namun *audience* yang lebih memiliki peran serta kebiasaan yang akhirnya mempengaruhi bagaimana jurnalis melakukan tugasnya. *Instagram Twitter, Facebook,* dan beberapa *Platform* media sosial lainya merupakan jejaring sosial yang tidak hanya digunakan untuk berbagi informasi dengan teman atau keluarga, melainkan untuk *platform* berita, dimana warga atau *audience* dapat berbagi konten yang layak diberitakan oleh jurnalis profesional (p. 30).

2.2.1 *Mobile First Mindset*

Adornato (2017) dalam bukunya menjelaskan, tiga kunci utama tentang pemahaman *mobile-first mindset*, yaitu:

1) *Audience Experience*

Seorang jurnalis harus bisa membayangkan, bagaimana sebuah berita dilaporkan, selain itu, *platform* apa yang akan digunakan

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

agar, sebuah berita dapat diakses oleh *audience* yang berkerumun di platform tertentu. Dengan pengalaman *audience* yang positif, serta dengan konten berkualitas di semua *platform digital*, hal ini dapat menjadi kunci, dari *engagement* atau kesetiaan *audience.* Unsur interaktivitas seperti percakapan dua arah dengan audiens, merupakan bagian dari pengalaman yang positif.

2) *Multiplatform Hubs of Content*

Jurnalis memiliki banyak *platform* digital yang berbeda untuk menjangkau khalayak, adalah hal yang wajib dilakukan. dan setiap informasi harus dipublikasikan di seluruh platform yang dimiliki. Hal ini merupakan pendekatan yang berbeda untuk masing masing *platform*.

3) *Evolving Business Models*

Model bisnis yang berbeda muncul, ketika mendapatkan hal yang baru, yang begitu signifikan yaitu *audience*. Apabila sebuah media mampu mendapatkan *audience* yang tepat iklan digital akan tertarik untuk mendanai sebuah media. Karena sebuah jurnalisme yang solid itu membutuhkan pendanaaan. (p. 69).

Pada era industri media 4.0, jurnalis harus memiliki pemahaman yang kuat tentang pola pikir "*digital first*", atau berfikir digital adalah yang utama. Dalam bukunya Adornato menjelaskan untuk pendekatan *mobile-first mindset*, yang menjelaskan bahwa, jurnalis membutuhkan perangkat seluler untuk berbagi dan terhubung dengan audiens pada media

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

sosial, sebelum penerbitan dilakukan di platform lainya seperti website (Adornato, 2017 p. 197).

Sebelum media sosial hadir, produser dan redaktur dalam sebuah media menjadi penjaga gerbang, guna mengendalikan informasi apa saja yang akan disampaikan ke penonton, hal ini disebut *gatekeeping.* Proses *getekeeping* bisa terjadi karena, sebuah media mempunyai kebijakanya masing masing, dalam memilih berita, serta menentukan sebuah berita akan dimuat atau tidak (Shabir dkk, 2015, p. 591).

Adornato (2017), menjelaskan bahwa *Digital-first* artinya berfikir perangkat seluler dan media sosial terlebih dahulu. Pendekatan digital pertama mengharuskan jurnalis agar menggunakan perangkat seluler, untuk berbagi dan terlibat dengan *audience* di media sosial, sebelum dipublikasikan di platform lain (p. 197). Situs *web* merupakan wajah media online, hal ini dapat menjadi tempat sekunder untuk mempublikasikan informasi, semuanya kembali tergantung kepada kebiasaan konsumsi berita *audience.*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

2.2.2 *Mobile Journalism*

Dalam bukunya, Adornato (2017) Media saat ini memberikan keleluasaan jurnalis untuk menjadi seorang jurnalis *mobile*. Hal tersebut memunculkan sebuah istilah baru yaitu MoJo atau *mobile journalism*. Media memberikan fleksibilitas jurnalis untuk menghasilkan cerita dengan perangkat yang ringkas dan bisa di set dimana saja. Memanfaatkan perangkat seluler mulai dari pengumpulan data, mengedit sampai menyebarkan berita dapat diperoleh secara singkat dibawah tenggat waktu (p. 211).

Sejalan dengan apa yang dikatakan Burum dan Quinn (2016) yang menjelaskan MoJo merupakan bentuk pelaporan yang inovatif, di mana hanya menggunakan *smartphone* untuk membuat dan mengarsipkan sebuah cerita. Cerita yang dimaksud ini biasanya video, tetapi bisa juga berupa laporan audio atau tayangan *slide* atau foto dan teks. (Burum & Quinn, 2016, p. 11). MoJo atau *mobile journalism* menurut Hill (2019) memiliki banyak variasi yaitu: (1) *mobile for journalism production*, (2) MoJo *and user generated* content (3) *Researching stories using mobile* (4) *Device* (Hill, 2019, p. 26).

Burum (dalam Hill, 2019) juga menjelaskan konvergensi dan penggabungan antara seluler dan teknologi, menghasilkan peluang yang tak terduga untuk masyarakat awam (p. 26). Diperjelas dalam bukunya Burum, kesadaran akan hal tersebut telah membentuk komunitas masyarakat digital yang dimana UGC (*user-generated content*) terbentuk. UGC yang dimaksud adalah, komunitas masyarakat yang terliterasi secara

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

digital, yang memanfaatkan digitalisasi dalam kehidupan dan pekerjaanya. (Burum & Quinn, 2016, p. 11). Sebagai contoh, orang jurnalis yang menemukan cara, untuk memberitakan hasil liputanya kepada pemirsa atau audience dengan cepat dan tepat. Awam atau seorang jurnalis dapat mengambil gambar, merekam suara dan membuat *caption*, langsung dari lapangan. Cerita yang dihasilkan oleh warga net, bisa langsung mengudara dengan cepat melalui *digital platform*. Hal ini disebut UGS (user-generated stories). Lalu bentuk kurasi dari UGS adalah UGP (user-generated program. Burum & Quinn menjelaskan tahapan ini berupaya untuk memperindah konten cerita seperti, penambahan narasi dan grafis yang lebih baik dalam bentuk format yang siap ditayangkan ke *digital platform* seperti media sosial dan *web* TV (Burum & Quinn, 2016 p.12).

2.2.3 *Newsroom* dan Strategi Editorial

Adornato (2017), menjelaskan dengan mindset *mobile-first*, peran tim editorial sangat penting dalam menentukan platform apa yang akan digunakan dan, konten apa yang akan diproduksi. Hal ini akan menentukan, sebuah produksi digital yang seperti apa yang akan diunggah, untuk setelah itu menganalisa platform apa yang memberikan *feedback* yang optimal (p. 91). Ia juga memaparkan bagaimana strategi editorial pada *mobile and social media journalism* diterapkan secara optimal:

1) Menjaga *audience*, dengan cara jurnalis, harus tetap menjaga kualitas konten berita yang dihasilkan. Hal ini perlu dicermati karena orang menghargai kualitas konten.

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

2) Membuat pengalaman yang positif, menciptakan sebuah pengalaman positif yang dimana *audience* merasa butuh untuk menyaksikan sebuah konten.
3) Keterlibatan pada audience yang orisinil, strategi *mobile and social media journalism,* adalah tentang keterlibatan yang otentik. Keterlibatan dengan penonton akan membangun kepercayaan. Seorang jurnalis dapat bertindak sebagai sumber tepercaya dengan mendengarkan dan menanggapi *audiencenya*.

2.2.4 *The Art of Storytelling*

Dalam sebuah *platform* digital, seorang jurnalis wajib mengembangkan keahlianya. Seperti yang dijelaskan oleh Hill (2019) dalam bukunya, jurnalis meninjau banyak prinsip dasar pembuatan cerita pada sebuah platform digital (Hill, 2019, p. 90). Adapun beberapa prinsip serta konsep yang harus dipahami seperti memilih platform yang sesuai dengan target *audince* dan konteks cerita. Secara umum jurnalistik masuk dalam kategori yang "faktual", namun dengan adanya internet dan media sosial, kategori dalam pembuatan cerita semakin luas. Jurnalis boleh membuat konten, sesuai dengan apa yang diharapkan.

Sementara Hill (2019), mengatakan bahwa banyak berita yang bisa "dikemas dengan baik, sehingga dapat menghasilkan sebuah cerita yang menarik. Hal ini dapat meningkatkan kualitas yang signifikan, dengan syarat melalui tahap pengeditan. Peningkatan ini terjadi, karena dipengaruhi oleh tahap-tahap produksi berita yang difasilitasi oleh digitalisasi. Berbeda dengan cara lama yang di mana sebelumnya ada

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

pengumpulan berita oleh (reporter), disatu sisi, tim produksi seperti, sub editor, penulis naskah, dan distribusi yaitu bagian pengiriman atau distribusi.

Awalnya, bentuk-bentuk cerita mentah ini dipelopori oleh non-jurnalis sebagai bagian dari apa yang disebut 'citizen journalism' atau konten yang dibuat pengguna UGC. Namun, semakin banyak jurnalis yang mulai memproduksi materi yang berasal dari UGC sendiri, dan diolah menjadi *story* yang menarik. Sebagai jurnalis berpengalaman, pasti akan melakukan banyak pengeditan (p. 97).

Dalam membuat konten digital, untuk saat ini ada beberapa media sosial yang mnyediakan fitur vertikal, hal ini sejalan dengan apa yang dituliskan Hill (2019) dalam bukunya seperti, pengguna diminta untuk menggulir ke bawah satu halaman. Beberapa aplikasi seperti *snapchat, Instagram dan Facebook Stories, hingga Moments Twitter,* navigasi horizontal ini dapat ditemukan. Hampir setiap *platform* media sosial. Seperti contoh, video vertikal harian BBC.

Pendekatan horisontal ini bukan hanya perubahan sederhana terhadap cara informasi disajikan, namun hal ini mampu dieksplorasi, sehingga video vertikal juga didukung oleh, narasi teks, grafis dan *bugs*. Pada platform seperti *Instagram* editor mampu membuat menarik sebuah cerita dengan, gambar diam, video, gif yang tertrusktur. (p. 108).

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

2.2.5 *Long-form*

Fitur multimedia yang panjang dan imersive, merupakan ciri khas untuk sebuah konten jurnalistik digital. Pada halaman yang sama ia juga menjelaskan bahwa kata *long-form*, merujuk kepada konten apapun, dalam platform apapun yang lebih panjang dari laporan berita tradisional.

2.2.6 *Infographic*

Sebuah *infographic* sangat penting untuk menarik audiens ketika melihat cerita pada *platform* digital. Dalam halaman yang sama, dijelaskan pula bahwa infografis biasaya merupakan gabungan grafik dengan gambar atau animasi,yang dibuat secara mandiri

Dalam sebuah rubrik editorial di dalam sebuah redaksi, seringkali jurnalis "menjual" cerita atau topik yang mereka temui di lapangan, jurnalis harus siap menjawab pertanyaan-pertanyaan kunci sebelum editor memutuskan cerita yang mana yang akan di publikasikan. Melakukan *pitching* ide cerita merupakan sebuah seni yang jika diasah, dapat membangun kredibilitas dengan rekan kerja (p. 102).

2.2.7 *Genre* dan *Format*

Scott (dalam Hill, 2019, p. 91) menjelaskan, dengan transisi teknologi *mobile*, sebagai seorang jurnalis profesional, mendapatkan peluang yang besar untuk menciptakan cerita yang dengan mudah bisa diakses oleh masyarakat luas. Pada halaman yang sama, dikatakan juga, bahwa segudang *platform* baru, akan menuai banyak hambatan untuk mencuiptakan sebuah konten digital. Oleh karenanya jurnalis harus

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

memahami berbagai platform dengan beberapa opsi media, agar sebuah konten cerita dapat dinikmati dengan baik dan tepat.

2.2.8 *Medium* dan *Media*

Media sebagai tempat cerita, erat kaitanya dengan format yang digunakan dalam sebuah *platform digital.* Seperti contoh adalah, wawancara, yang bisa diwujudkan dalam media apapun. Sebuah karya cerita, berbasis teks, wawancara audio atau video, hingga kombinasi potongan klip gambar, foto serta ilustrasi. Semua hal tersebut harus dilakukan dengan meninjau kembali *platform* yang akan digunakan oleh *audience* (Hill, 2019, p. 92).

2.3 *Digital-first Mindset*

Adornato (2017) menjelaskan, Dalam konsep *digital first*, ada komponen yang hilang ketika memilih untuk memuat sebuah cerita atau informasi, yaitu bagaimana seorang jurnalis menggunakan perangkat seluler dan media sosialnya. *Digital first* adalah tentang, bagaimana menggunakan perangkat seluler dan media sosial untuk sebuah pemberitaan, distribusi konten yang telah dibuat dan apa respon dari *audience*. Di atas sudah dijelaskan mengenai konsep, tahapan *pitching* atau menentukan ide cerita atau berita untuk sebuah konten pada perangkat *mobile* di akun media sosial. Untuk mampu membuat sebuah konten tersebut, seorang jurnalis harus menanamkan konsep *digital first-pitch.* dalam bukunya, selain menentukan ide cerita atau berita kepada redaksi, jurnalis harus fokus terhadap cerita atau informasi yang akan ia buat, dengan mengikuti tahapan ini:

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

1) Newsgathering

Ini adalah bagaimana seorang jurnalis merencanakan tentang media sosial apa yang akan digunakan untuk menemukan sumber untuk sebuah konten cerita. Sangat mungkin seorang jurnalis telah memiliki ide yang telah dilihat di media sosial.

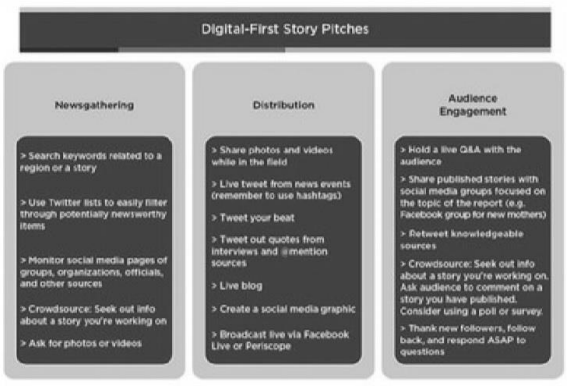
2) Distribution of news

Berbagi atau *sharing* saat seorang jurnalis bertugas dilapangan. Seorang jurnalis harus berpikir bagaimana agar menjaga audience tetap *up to date* dengan media sosial. Memilih platform media sosial yang tepat, serta memikirkan unsur visualnya juga.

3) *Audience engagement*

Dalam konsep *digital first* seorang jurnalis harus mampu membawa *audience* ke pelaporan yang telah dibuatnya (p. 198-199).

Gambar 2.1 *How to Digital-First Story Pitches*



Sumber: Anthony Adornato Book 2017

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Sementara itu dijelaskan pula, yang dijelaskan oleh Adornato (2017), pada bagian *digital first*, dalam proses *pitching* ide cerita yang baik memiliki 4 unsur yang bisa dijelaskan secara baik :

1) Fokus Pada Cerita, Dalam hal ini jurnalis harus tahu sudut pandang apa yang digunakan dalam sebuah cerita, sehingga orang dapat memahami isi cerita setelah menonton atau membacanya.
2) Pasak Berita (hook), Pasak berita atau *hook* dibuat agar inti dari cerita yang dibuat dapat dipahami dengan baik oleh *audience* dan, tidak terjadi salah persepsi antara media dan audiencenya.
3) Sumber, *Mix sources* atau penggabungan berbagai sumber dapat membuat cerita menjadi komperhensif. Informasi yang jelas tentang narasumber, menjadi hal yang menjadikan cerita atau berita layak untuk ditayangkan. Jurnalis diharapkan tidak hanya mengambil wawancara oleh pakar atau elit politik, melainkan orang yang terjun langsung dalam agenda atau peristiwa, untuk sebuah cerita yang akan ditonton oleh *audience.*
4) Latar belakang dan informasi, Untuk membentuk cerita yang *cover booth side*, jurnalis harus menambahkan informasi pendukung seperti, *data base* pemerintah, hasil riset dan statistik untuk menerangi isu atau konteks cerita. Informasi

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

yang didapatkan juga bisa digunakan sebagai klaim atas cerita yang telah dibuat.

Visual, Jurnalis harus memiliki gambaran visual dan memperkirakan apa yang ingin ditampilkan. Unsur unsur seperti video, gambar, infografis dan lain lain harus dipikirkan dan harus sesuai dengan cerita. Hal ini tidak terjadi pada saat paska produksi saja, namun saat seorang jurnalis berada di lapangan (p. 198).

2.4 Media Sosial

Menurut Hill (2019) media sosial erat kaitanya dengan partisipasi para masyarakat digital. Hal ini termasuk dalam pembuatan konten yang bisa disebut dengan UGC atau *user generated content.* Dalam media sosial terkandung tiga unsur yaitu;

1) Partisipasi, seluruh masyarakat digital dapat memproduksi mereka dapat membuat serta melihat kontenta sendiri. Setiap UGC, akan berguna bagi para jurnalis untuk membuat sebuah konten cerita atau berita.
2) Komunitas, dimana semua orang berkumpul berdasarkan minat yang sama. Hal ini yang membuat mereka para pengguna berkolaborasi dalam membuat konten.
3) Persahabatan, dalam media sosial, persahabatan ini melintasi ruang publik yang luas. Ini menandakan bahwa tidak ada lagi batasan wilayah, masyarakat digital terkoneksi diseluruh dunia.

Pada akhirnya, media sosial adalah sistem komputasi dan aplikasi yang berbasis internet. Media sosial dianggap mampu menyimpan dan mengirimkan

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

pengetahuan yang diciptakan manusia yang berasal darihubungan sosial asyarakat (p. 8).

2.4.1 Media Sosial *Instagram*

Dalam artikelnya Winarso (2015) menjelaskan, bahwa *instagram* merupakan sebuah aplikasi *mobile* yang bisa digunakan pada *smartphone* dengan sistem *IOS, Android,* dan *Windows Phone* (Winarso 2015, para 2). Aplikasi jejaring sosial ini lebih berfokus pada konten foto serta video, yang bisa diunggah oleh penggunanya dan muncul di halaman utama instagram dan jejaring sosial lainya. *Instagram* adalah semua tentang visual dan visual itu sendiri bisa berbicara banyak tentang sebuah cerita. Winarso juga menjelaskan bahwa sistem hubungan atau pertemanan dalam aplikasi ini menggunakan sistem *follow,* dimana pengguna lain yang mengikutinya disebut *followers* dan pengguna yang mengikuti pengguna lainya disebut *following.* Kekuatan yang paling besar dalam aplikasi ini adalah *hashtags* atau dalam bahasa Indonesia adalah tagar dan berlambang #, dari tagar kemungkinan pengguna bisa menjangkau banyak pengguna dan spesifik pada topik yang di unggah (Adornato, 2014, p. 156)

Aplikasi *Instagram* sendiri, memiliki dua pendiri yang berjasa yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger. Kevin Systrom lulusan Stanford University pada tahun 2006 ini bergabung di Google selama dua tahun dan mereka memutuskan untuk membuat aplikasi *instagram* yang diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25.000 pengguna berhasil didapat di hari pertama *instagram* diluncurkan, dan pada bulan Mei 2011 *instagram* berhasil memiliki 3,75 juta pengguna.

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

Instagram memiliki batasan salah satunya adalah *link* atau tautan tidak diperkenankan didalam sebuah posting. Sementara itu Adornato (2017) menjelaskan, tautan tidak bisa otomatisasi klik namun, tautan tersebut bisa dimasukan dalam Bio di *instagram*, hal ini merupakan sebuah solusi sederhana dan umum ketika pengguna ingin membagikan tautan dalam sebuah *link* cerita (p. 156). *Instagram* juga memberikan pilihan untuk menyambungkan sebuah konten ke akun media soial lainya seperti, *Twitter, Facebook* dan *Tumblr.* Berikut penulis memberikan tangkapan gambar atau *screenshoot* laman *Instagram.*

Gambar 2.2 *Screenshoot Contoh Instagram Feed BBC Indonesia*

Sumber: Dokumentasi Instagram BBC Indonesia

Gambar 2.3 *Screenshoot Contoh Instagram Feed BBC Indonesia*

Sumber: Dokumentasi Instagram BBC Indonesia

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

Pemaparan gambar di atas menunjukan, bahwa *Instagram* mampu menggunakan *hashtag* dan *mention* pada setiap konten foto atau video yang diunggah, untuk menjangkau pengguna *instagram* lebih spesifik dan memberikan *credit* terhadap jurnalis.

Pada bulan Juni 2012 instagram meluncurkan fitur barunya yaitu *Instagram TV*. Fitur ini membuat pengguna bisa menampilkan video dengan durasi satu jam (Constine, 2019). Fitur yang baru muncul pada awal tahun 2018 ini memiliki format vertikal berbeda dengan konsep video praktis yaitu horisontal. (Techtrunch, para. 8)

CEO *Instagram* Systrom, menegaskan bahwa video vertikal merupakan ciri khas *mobile* atau *smartphone* yang saat ini menjadi gawai utama oleh masyarakat luas. Tidak ada yang menyalahkan atau membenarkan ketika sebuah konten dikemas baik secara vertikal atau horisontal, hal ini tergantung daripada *output* apa serta perangkat apa yang digunakan (Adornato, 2014 p. 225). Konsumsi media sosial terus tumbuh, meskipun kebanyakan media masssa saat ini banyak beralih ke video vertikal untuk mengoptimalkan konten berita yang mampu dilihat pada *smartphone* seperti; *Snapchat* dan *Facebook Live* dan *Instagram TV atau IGTV*, yang memang dirancang sedemikian rupa untuk menampilkan video secara vertikal.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

2.5 Distribusi Konten: *from social-first to social only*

Dalam bukunya Hill (2019) menjelaskan 'Konten terdistribusi' merupakan platform media sosial, dimana digunakan untuk sebagai konten host yang hanya berkutat di aplikasi yang bersangkutan (p. 139). Konten yang diproduksi dengan cara ini biasanya disebut konten 'asli', dengan kata lain, itu adalah konten asli *Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram*, atau platform apa pun, yang telah terpublikasi.

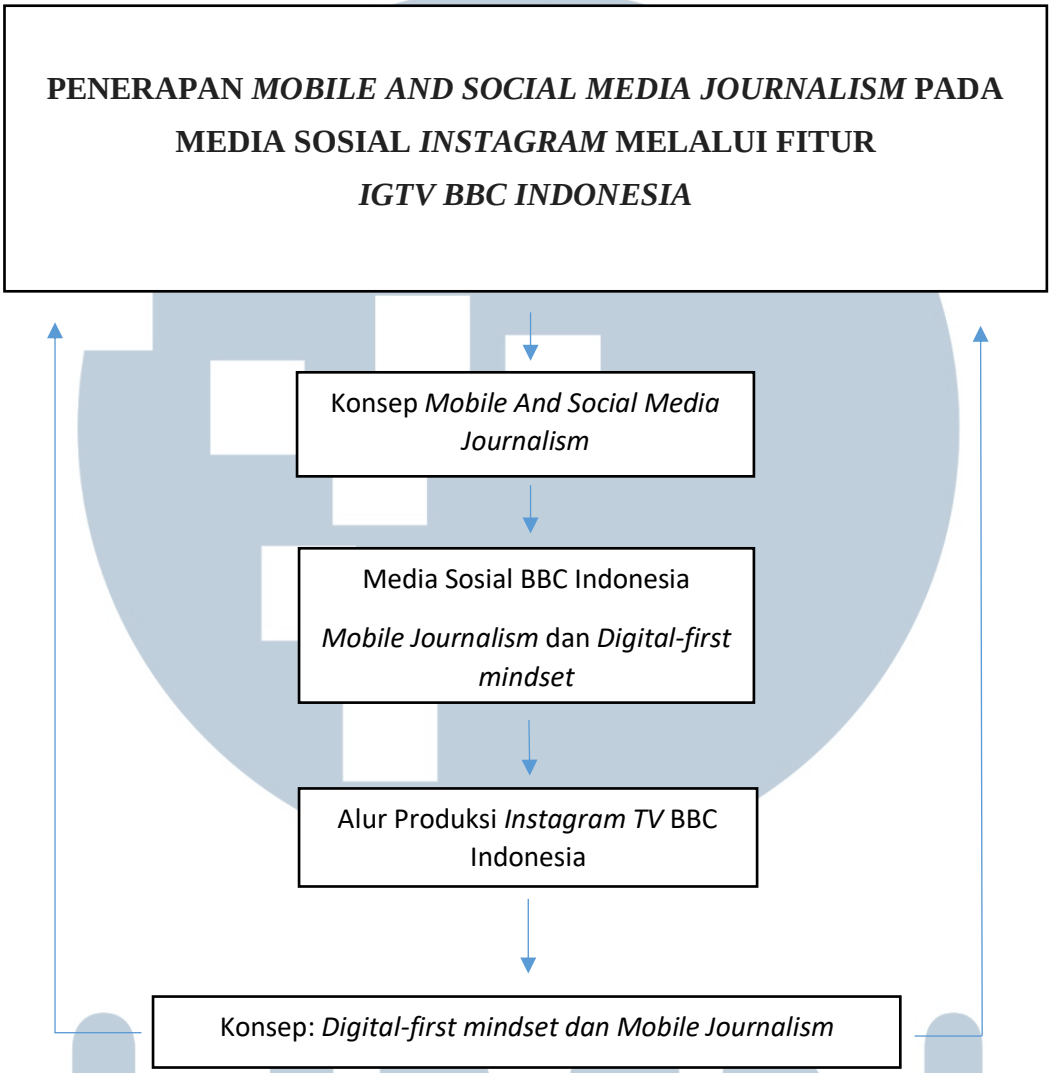
2.6 Alur Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti membuat alur penelitian bahwa media sosial yang digunakan oleh BBC Indonesia, diterapkan dengan konsep *mobile and social media journalism*. Dalam hal ini, peneliti fokus pada satu media sosial yaitu *Instagram* dengan fitur terbarunya yaitu *Instagram TV*. Peneliti akan membedah, bagaimana alur proses produksi yang terjadi dalam pembuatan konten *Instagram TV*. Peneliti menggunakan konsep utama yaitu *mobile and social media journalism*, yang di dalamnya ada aspek *digital-first.* Agar peneliti dapan mengetahui secara mendalam mengenai proses pra produksi, produksi, hingga paska produksi dalam pembuatan *Instagram TV* BBC Indonesia.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Penerapan mobile and..., Oktama Kriscahyanto, FIKOM UMN, 2019

Bagan 2.1 *Kerangka Pemikiran Penelitian*



Sumber: Peneliti, 2019

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA