



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 KONSEP

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama berasal dari tesis yang berjudul “*Narrative Structure and Audience Motivation In Documentary Film*” dengan menggunakan Paradigma Naratif, oleh Zachary A. Smith seorang mahasiswa Universitas Missouri, Columbia, Amerika Serikat. Penelitian Smith mengulas bagaimana konsep naratif berperan penting dalam penyampaian makna film dokumenter

Penelitian ini menggunakan naratif sebagai alat untuk menganalisisnya dan model Walter Fisher untuk mengkaji alur cerita dari film dokumenter Al-jazeera, selanjutnya menggunakan teori motivasi audiens dalam mengetahui seberapa aktif audiens setelah menyaksikan. Smith menggunakan teknik pengambilan data dengan melakukan wawancara mendalam terhadap audiens, wawancara FGD (*Focus Group Discussion*) kepada audiens setelah menonton film tersebut. Penelitian ini mengungkapkan bahwa penonton memahami aspek-aspek naratif dalam film dokumenter Al-Jazeera dan menemukan bahwa sebagian penontonnya tergerak untuk melakukan aksi nyata setelahnya karena menemukan pesan yang ingin disampaikan oleh pembuatnya.

Penelitian kedua dalam sebuah jurnal penelitian Universitas Indonesia yang berjudul “*Destination Brand Storytelling : Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World Kementrian Pariwisata*”, oleh Febby Amelia Trisakti dan Hifni Alifahmi dari Universitas Indonesia. Jurnal penelitian ini menggunakan paradigma naratif sebagai alat analisisnya. Dalam penelitian ini, Amelia mengemukakan pentingnya aspek narasi dalam promosi pariwisata suatu negara dan proses *branding* yang menyajikan destinasi wisata yang unik dan mudah terjangkau turis.

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Zachary A. Smith dipilih, karena memiliki kesamaan pada topik yaitu mengenai film dokumenter dan analisis struktur narasi. Perbedaan penelitian ini yaitu Smith menggunakan analisis motivasi audiens. Penelitian kedua memiliki kesamaan pada penggambaran analisis paradigma naratif Walter Fisher yang dipakai untuk mengkaji video yang dibuat oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Meskipun menggunakan pisau analisis yang sama, namun penelitian ini memiliki sifat kebaruan topik video dan medium yang berbeda dan perbedaan pada analisis komodifikasi Vincent Mosco.

2.1.1 Matriks Perbandingan antara Tiap Penelitian

Tabel 2.1

Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Peneliti

No	Unsur yang Dibandingkan	Peneliti 1 Zachary A. Smith Universitas Missouri, Kolumbia 2016	Peneliti 2 Febby Amelia Trisakti dan Hifni Alifahmi Universitas Indonesia 2018	Peneliti 3 Yohanes Bintang Universitas Multimedia Nusantara 2019
1	Judul	Narrative Structure and Audience Motivation In Documentary Film	Destination Brand Storytelling : Analisis Naratif Video <i>The Journey to A Wonderful World</i> Kementerian Pariwisata	Analisis Paradigma Naratif Video Kanal “Aku & Jakarta” Pada CNNIndonesia.com Periode Januari Hingga Desember 2018)
2	Tipe Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif

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

3	Tujuan Penelitian	Mengetahui pengaruh narasi dalam film documenter terhadap motivasi penontonnya untuk menjadi partisipan aktif terhadap isu yang ditampilkan dalam film documenter Al-Jazeera	Mengetahui bagaimana pesan disampaikan lewat cerita/ <i>storytelling</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui implementasi struktur narasi model Walter Fisher di CNNIndonesia.com. • Mengetahui penggambaran karakter tokoh dalam setiap video pada kanal “Aku & Jakarta” selama edisi Januari hingga Desember 2018
4	Teori	Teori Naratif	Teori Paradigma naratif, <i>Storytelling, Destination Branding</i>	Teori Paradigma Naratif, <i>storytelling, Komodifikasi</i>
5	Metode Penelitian	Struktur Narasi dan Motivasi Audiens	Analisis Isi Teks Media	Analisis Isi
6	Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini ditemukan bahwa penonton mampu mengidentifikasi aspek struktur narasi dan mengerti pesan yang ingin disampaikan dalam film documenter.	Struktur Narasi yang digunakan oleh Kementerian Pariwisata sudah memenuhi Paradigma Naratif yang ditawarkan Walter Fisher	-

2.2. Teori atau Konsep-konsep yang Digunakan

2.2.1 *Online Journalism*

Mark Deuze, memberi definisi tentang *Online Journalism* (Surya, 2010, p.15), yaitu :

“online journalism is the convergence of sound, image and text. An online newspaper is not an example of newspaper journalism, but of integrated or perhaps ‘total’ journalism. Webcasting is the combination of all journalistic genres plus the advantage of push-pull technology and therefore justifies the choice for an integrated research approach.”

Dengan merujuk pada pemikiran Deuze, dapat diartikan bahwa jurnalisme *online* merupakan perwujudan dari jurnalisme total dan merupakan integrasi dari berbagai bentuk jurnalisme, dengan mendeskripsikan konten sehingga menjadikan proses pembuatannya menjadi lebih rumit, karena semuanya berfokus pada kepadatan konten berita. Mark Deuze (Surya, 2010, p. 16) menjabarkan 9 komponen yang wajib dimiliki sebuah media online :

- a. Konten Orisinal (*Original content*)
- b. Foto Jurnalistik (*Photojournalism*)
- c. Arsip (*Archive*)
- d. Partisipasi Audiens (*Audience participation*)
- e. *Layering Content*
- f. Laman yang mudah diakses (*Easy-to-use- navigation tools*)
- g. Surat elektronik (e-mail)
- h. Konvergensi Media (*Media convergence*)
- i. Opsi untuk pengembangan (*Option for customization*)

Menurut Romli (2012) Jurnalisme *online* merupakan jurnalisme generasi ketiga. Jurnalisme generasi pertama adalah jurnalisme cetak, generasi kedua adalah jurnalisme elektronik, dan generasi ketiga jurnalisme online sering disebut juga sebagai jurnalisme internet, jurnalisme *web*, jurnalisme digital, dan jurnalisme siber (p.30).

2.2.2 Visual Storytelling

Dalam menganalisis sebuah karya jurnalistik VST, Duy Linh Tu menjabarkan medium-medium yang digunakannya seperti, grafis, teks, video, audio-visual, dan foto.

2.2.2.1 Video

Dalam membuat karya video jurnalistik, Duy Linh Tu (2015) menjabarkan ada 4 tipe dari macam-macam bentuk video (p.17), yaitu :

a. *Broadcast-style videos*

Dengan meminjam gaya pelaporan berita, layaknya stasiun televisi yang menampilkan mimik antara pewarta berita dengan reporter di lokasi peristiwa. Hal ini biasa dilakukan pada media yang sudah menerpakan konvergensi media, dimana hasil packet berita yang sudah ditayangkan di televisi, akan diunggah pada situs webnya. Hal ini jelas tidak untuk konsumen berita online.

b. *Explainer video*

Explainer video atau video eksplanatif merupakan video yang mengupas topik-topik tertentu berdurasi beberapa menit saja. Bentuknya bisa dalam *motion graphics* atau model pembawa acara

yang menjelaskan didepan kamera menjelaskan isu-isu yang kompleks.

c. *Short feature videos*

Short feature videos biasanya menampilkan isu yang menarik, individu yang memiliki nilai berita atau merupakan fokus dari sebuah isu atau topik yang sedang ramai diperbincangkan. Linh Tu menjelaskan bahwa beritanya bukan merupakan berita terbaru, namun berupa berita lunak yang tidak lekang oleh waktu atau dapat dibaca kapan pun dan menjadi berita yang tidak kedaluarsa bila dibaca satu bulan atau satu tahun kemudian.

d. *Documentary and long-form narratives*

Tipe video yang terakhir ini, merupakan tipe yang paling sulit yang membutuhkan waktu produksi yang lama dibanding bentuk lainnya. Bentuk dokumenter perlu perencanaan selama beberapa bulan, proses *editing*.

Setelah mengetahui 4 jenis video menurut Duy Linh Tu, maka kanal “Aku & Jakarta” termasuk kedalam jenis video *short feature video*, karena isi dari setiap video ini memiliki cerita yang tidak lekang oleh waktu dan mengangkat isu-isu yang sedang terjadi pada setiap videonya.

2.2.2.2 Alur cerita

Duy Linh Tu menjelaskan mengenai sebuah alur/plot cerita dapat membantu produser dalam pembuatan sebuah VST. Dengan menggunakan gaya

naratif, maka Linh membaginya kedalam tiga babak (p.215), yaitu pada babak pertama bagian awal, protagonist atau tokoh utama akan diperkenalkan dulu, selain mengenalkan diri, pada babak ini juga akan dijelaskan tujuan atau perjuangan apa yang sedang ingin diraihnya. Selanjutnya masih pada babak pertama, karakter kedua bisa diperkenalkan juga tetapi selama masih berhubungan dengan protagonist, atau sebagai motivasi untuk menggapai cita-cita protagonist. Tujuan, ini adalah bagaimana sebuah cerita memiliki sebuah *goal*.

Pada babak kedua bagian tengah, menjadi bagian yang paling banyak menampilkan aksi dari protagonis. Antagonis mulai diperkenalkan, dan tujuannya adalah untuk memberi tantangan bagi protagonis. Tokoh antagonis tidak selalu seseorang, namun bisa juga sebuah ide, kebijakan, atau sesuatu yang mampu menghambat atau menghalangi protagonis mencapai tujuan.

Pada babak ketiga bagian akhir dijelaskan bagaimana seorang video *storyteller* harus memiliki kemampuan untuk membangun emosi dari penonton agar tetap menanti akhir dari film tersebut. Terutama bagi penonton secara *online*, pastinya memiliki banyak sekali distraksi yang membuat penontonnya kehilangan fokus.

Maka dengan membuat jalan cerita yang membuat protagonis mengalami kegagalan terhadap tokoh antagonis, dan perlahan-lahan mulai bangkit dari keasalahan itu, kemungkinan besar membuat penonton penasaran bagaimana akhirnya.

2.2.3 Paradigma Naratif

Walter Fisher merupakan peneliti asal Amerika Serikat yang pertama kali mengemukakan sebuah rumusan tentang retorika dan teori komunikasi dengan pendekatan narasi. Pada tahun 1987, Fisher mengemukakan teori tentang paradigma naratif yaitu bahwa “ manusia adalah seorang pencerita (*homo narrans*) dan bahwa pertimbangan nilai, emosi, dan estetika mendai dasar keyakinan dan perilaku kita,” (Griffin, 2015, p. 306).

Fisher memberikan lima asumsi mengenai paradigma naratif

a. **Manusia adalah makhluk yang suka dengan cerita**

Fisher mengatakan bahwa manusia merupakan *homo narrans* ini sebagai ungkapan untuk menjelaskan bahwa manusia pada dasarnya suka dengan cerita dan menjadi unsur mendasar dalam kehidupannya karena cerita mampu mempengaruhi perilaku dan tindakan serta membentuk keyakinan kita.

b. **“Pertimbangan Sehat” untuk menentukan harga dari sebuah cerita.**

Pertimbangan sehat adalah bagaimana individu menentukan untuk meneruma sebuah cerita dengan mempercayainya atau tidak bersarkan akal sehat yang dimilikinya. Hal ini memberikan kesamaan dan komposisi pemahaman pesan bergantung pada aspek personal orang itu.

c. **Sejarah, Bografi, Budaya, dan Karakter Menentukan Pertimbangan Sehat Individu**

Ukuran Rasionalitas setiap orang berbeda-beda, karena setiap orang memiliki ukuran dan jenis rasionalitasnya sendiri. Hal ini bergantung pada konteks yang sedang dilakukannya.

d. **Konsistensi dan Kebenaran Cerita Menjadi Dasar Penilaian Orang pada Sebuah Cerita**

Sebuah cerita yang ideal menurut Fisher ialah selama alur ceritanya terlihat konsisten dan dapat dipercaya. Cerita yang konsisten menurut dia, ketika pencerita menggunakan detail-detail yang penting

e. **Cerita sudah ada sejak kita lahir ke dunia dan kita harus mampu memilih cerita yang ada.**

Ketika kita memilih cerita-cerita tersebut, kita akan mengalami sebuah pengalaman baru dari cerita yang didapat dan kita juga bisa menciptakan cerita baru yang dapat mengubah kehidupan kita.

Dengan asumsi manusia adalah seorang pencerita, maka dapat lebih dijabarkan lebih jauh tentang asumsi di atas ialah, tidak semua cerita baik, benar dan koheren. Fisher kemudian menjabarkan lagi paradigmanaratifnya menjadi rasionalitas naratif yaitu sebuah metode untuk menilai sebuah cerita yang layak dipercayai atau yang dapat diabaikan.

Karena tidak dapat dipastikan ada juga orang yang mempercayai cerita yang tidak benar, karena Fisher berasumsi

bahwa setiap orang memiliki sebuah standar untuk menilai cerita. “Prinsip rasionalitas naratif adalah mengidentifikasi dan bukan berdasarkan pertimbangan,” Fisher (Griffin, 2015, p.307), karena manusia pada dasarnya menilai cerita itu bagus atau tidaknya dengan pengalaman hidupnya dan tidak ada yang mengajarnya dan penilaian itu berdasarkan rasionalitas naratif.

Fisher membagi menjadi dua elemen rasionalitas naratif yaitu:

1. Koherensi adalah prinsip rasionalitas naratif yang menilai konsistensi sebuah cerita. Dalam membentuk sebuah cerita yang koherensi dibutuhkan sebuah konsistensi internal dari narasi itu sendiri. Maksudnya ialah jalan cerita yang runtut dan berkesinambungan, membuat proses penyampaian pesan yang diberikan oleh komunikator dapat sampai kepada audiensnya. Aspek ini tidak dapat dilepaskan dari tiga tipe koherensi untuk menilai cerita.

- a. Koherensi Struktural : Suatu jenis koherensi yang merujuk pada aliran cerita. Proses pemahaman ini biasanya dicapai ketika ada konsistensi internal dari sebuah narasi.

- b. Koherensi Material :Jenis koherensi yang merujuk pada kongruensi antara satu cerita dan cerita lainnya yang berkaitan.

- c. Koherensi karakterologis : Jenis koherensi yang merujuk pada dipercayanya karakter-karakter didalam cerita.

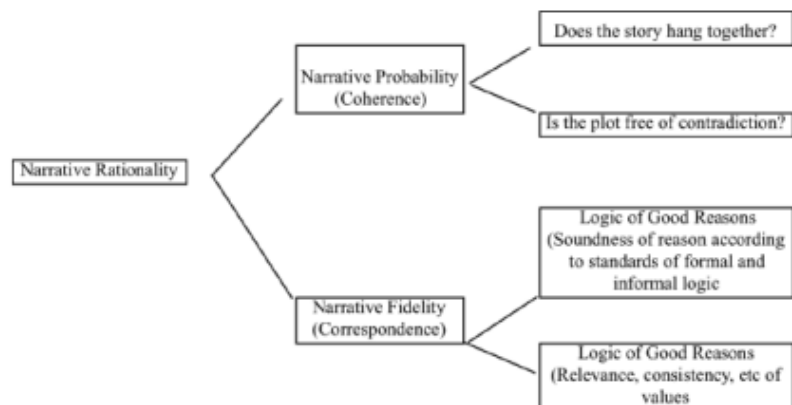
2. Kebenaran (*Fidelity*), adalah prinsip rasionalitas naratif yang menilai kredibilitas dari sebuah cerita. Kebenaran atau realibilitas sebuah cerita diamana cerita

dengan kedengaran sungguh-sungguh bagi seorang pendengar. Menurut Fisher(1987) bahwa ketika elemen-elemen sebuah cerita “mereprestasikan pernyataan-pernyataan akurat mengenai ralitas sosial,elemen tersebut memiliki kebenaran, (Griffin, 2015, P.307).

Logika pertimbangan sehat menjadi hal yang paling penting dalam menilai kebenaran cerita, karena memberikan seorang pendengar seperangkat nilai yang menariknya dan membentuk jaminan untuk menerima atau menolak saran yang disampaikan dalam bentuk naratif. Tidak berarti semua pertimbangan yang sehat manapun dapat disamaratakan sama terhadap semua pendengarnya, karena apapun yang mendorong seseorang untuk percaya sebuah narasi, tergantung pada nilai atau konsep yang baik menurutnya.

Kedua konsep diatas sangat penting dalam penelitian ini karena film dokumenter yang dibuat oleh kanal “Aku & Jakarta” ini memuat aspek-aspek narasi yang bisa dianalisis. Gambar 2.1 menjelaskan tentang keterkaitan antara rasionalitas naratif yang dibagi dalam dua bagian yaitu koherensi dan kebenaran.

Gambar 2.1 Rasionalitas Narasi menurut Walter Fisher



2.24 Komodifikasi

Menurut Mosco, dalam bukunya yang berjudul “ *The Political Economy of Communication*”, komodifikasi adalah proses perubahan makna dari sistem fakta atau data yang merupakan pemanfaatan isi media dilihat dari kegunaannya sebagai komoditi yang dapat dipasarkan(2009, p.132).

Menurut Vincent Mosco, terdapat tiga bentuk komodifikasi dalam media :

- a. Komodifikasi isi, yaitu proses mengubah pesan dan sekumpulan data ke dalam sistem makna sedemikian rupa sehingga menjadi produk yang dapat dipasarkan.
- b. Komodifikasi khalayak, yakni proses media menghasilkan khalayak untuk kemudian menjual *ratingnya* ke pengiklan.
- c. Komodifikasi Tenaga Kerja, yakni proses pemanfaatan pekerja sebagai penggerak kegiatan produksi, sekaligus distribusi dalam rangka menghasilkan komoditas barang dan jasa.

Peran media massa dalam hal ini, CNNIndonesia.com sangat penting karena mereka adalah medium dari produksi komoditas, dan karena mereka memainkan peran penting, secara tidak langsung, melalui media periklanan, dalam proses komodifikasi di seluruh ekonomi. Maksudnya ialah dengan tidak mempertimbangkan isu moral dari audiens atau penontonnya, maka pihak CNNIndonesia.com dapat menentukan

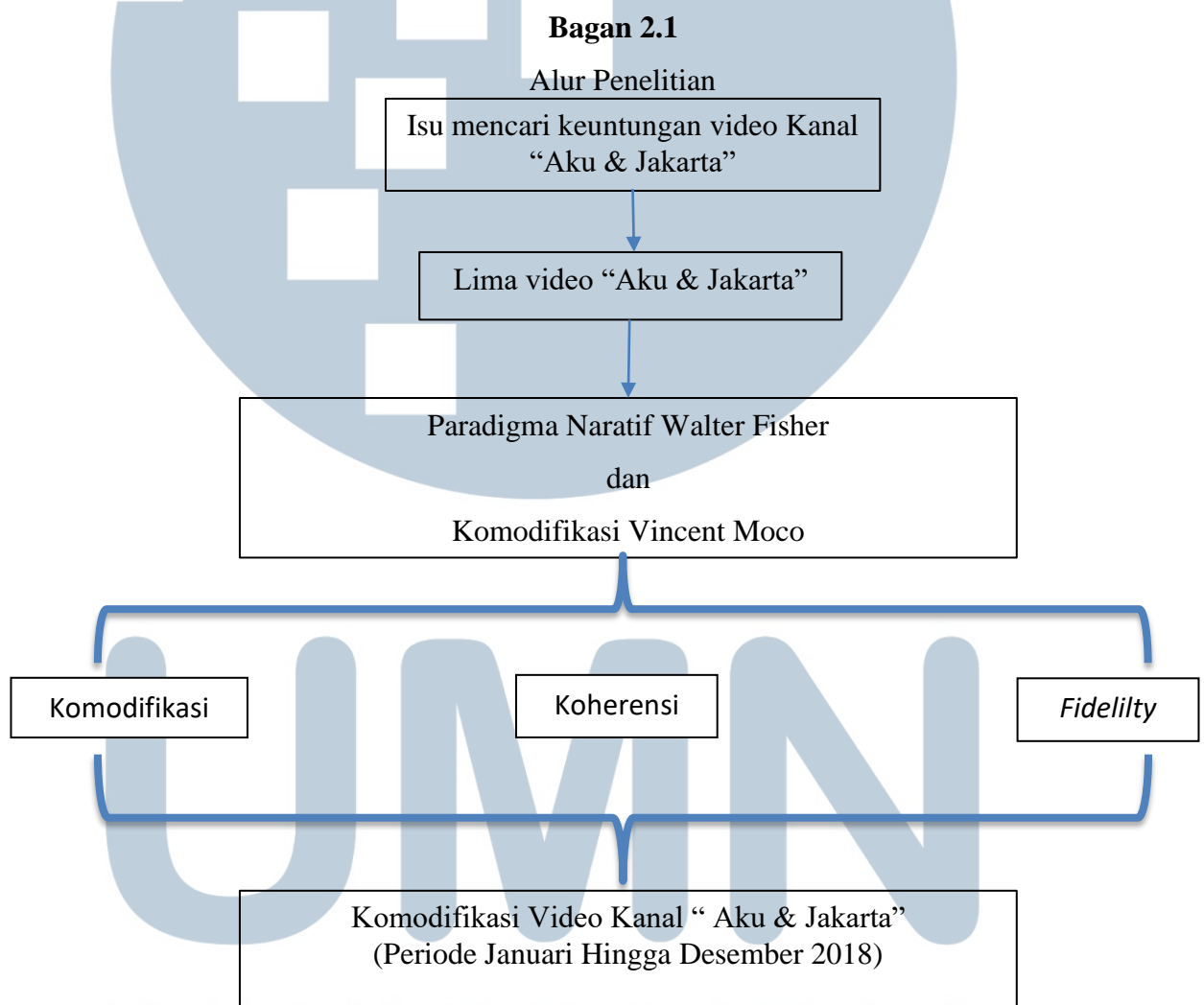
konten yang akan ditayangkan sesuai dengan politik – ekonomi yang menjadi tujuan institusi media tersebut. Hal ini membuat komoditas khalyak dapat disebut sebagai komoditas yang digunakan oleh kanal “Aku & Jakarta”, karena dengan menghadirkan konten-konten yang “menarik” bagi audiens, total *sharenya* dapat mengalir untuk disodorkan kepada pengiklan. Walaupun menggunakan platform pemutar video dalam situs utamanya, kanal ini mampu menarik penonton hingga masuk kedalam kolom diskusi setiap videonya. Hal ini lah yang membuat banyaknya pengiklan akan menaruh iklannya karena khalayak dijadikan komoditas.

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi pada komodifikasi isi, karena selama melakukan penelitian tidak ditemukannya komodifikasi lain seperti komodifikasi pekerja(*labour*), hal ini terjadi karena area penelitian berfokus pada kontennya saja dan tidak mendalami pada bidang pekerja.



2.3 Alur Penelitian

Guna melakukan sebuah penelitian, perlu mengetahui alur penelitian yang akan dilalui, untuk itu peneliti menyusun alur penelitian yang sistematis agar dapat diperoleh hasil penelitian yang sistematis pula. Alur penelitian tersebut tergambar pada bagan 2.1 dibawah ini.



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