



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Tinjauan Karya Sejenis

1. Sumber *Website* 1 :

Judul : Serba-Serbi Skutik Dari Zaman Klasik

Tahun : 2017

Pembuat : Visual Interaktif Kompas (VIK)

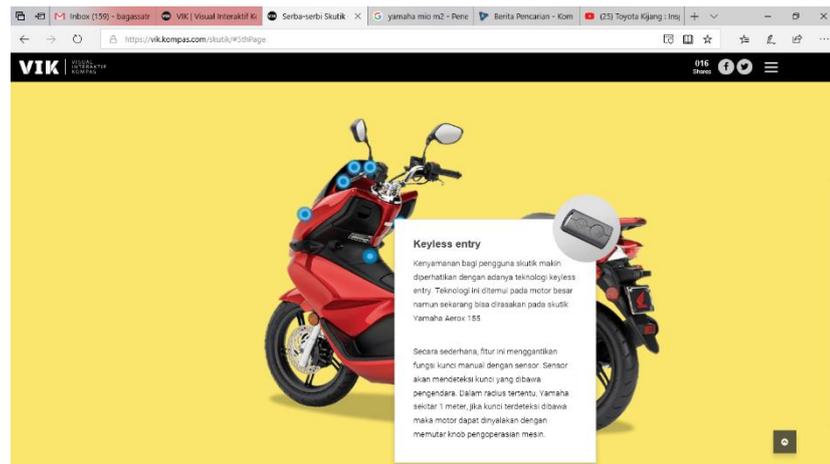


Sumber: Visual Interaktif Kompas

Gambar 2.1 Beranda *Interactive Multimedia Website* “Serba-Serbi Skutik Dari Zaman Klasik”

Website ini berisikan konten mengenai sepak terjang motor *matic*, atau yang biasa kita sebut sebagai skutik, di Indonesia. Berawal dari tahun 1984

yang menandai era skutik pertama di Indonesia dengan kemunculan merek Piaggio yang merilis Vespa Corsa 125 untuk publik Tanah Air. Pembahasan berlanjut hingga masuk ke dalam era skutik berteknologi tinggi pada 2011 dengan munculnya Yamaha Mio.



Sumber: Visual Interaktif Kompas

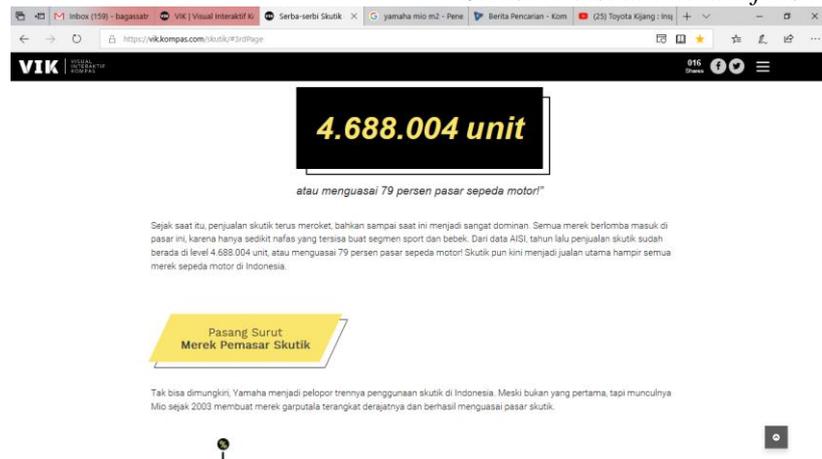
Gambar 2.2 Interaksi yang bisa dilakukan pada *website* “Serba-Serbi Skutik Dari Zaman Klasik”

Secara garis besar, situs yang berisikan konten sepeda motor *matic* tersebut sudah tersaji dengan sangat interaktif. Dari mulai infografis, linimasa, hingga ilustrasi pendukung semuanya disisipi dengan animasi transisi yang halus. Desain yang menarik dengan penggunaan ilustrasi interaktif yang juga berkaitan erat dengan kontennya, membuat *website* ini bisa dinikmati secara santai dan lebih menghibur.

Konten yang ada dalam *website* ini juga disusun secara naratif karena isi beritanya bukan hanya menjelaskan linimasa perjuangan motor *matic* di Indonesia saja namun juga hal mendetail seperti desain,

data penjualan, hingga masa depan skutik di Indonesia pun tuntas dibahas. Semua konten juga mudah terakses karena anda cukup *scroll website* tersebut untuk membacanya hingga akhir.

Sumber: *Visual Interaktif Kompas*



Gambar 2.3 Kekurangan pada *website* “Serba-Serbi Skutik Dari Zaman Klasik,” terlalu banyak tulisan yang kecil dan kurang menarik

Tetapi ada beberapa kekurangan yang cukup mencolok pada *interactive multimedia website* karya tim Visual Interaktif Kompas (VIK) yang satu ini. Pertama ada pada bagian tulisannya. Namun untuk sebuah *interactive multimedia website*, VIK masih menyusupkan terlalu banyak tulisan, tidak seimbang dengan visual grafisnya.

Bahkan tulisan yang terdapat pada *website* tersebut cukup kecil jika dibandingkan dengan ilustrasinya. Hal ini membuat tulisan yang ada jadi membosankan, berbanding terbalik dengan ilustrasinya yang jauh lebih menarik. Kurangnya elemen menarik seperti ketiadaannya video ilustrasi juga berpengaruh pada hasil akhir *multimedia interactive website* ini.

Untuk itu penulis juga akan membuat *website* yang membahas sepeda motor namun dengan pendekatan tema yang berbeda, yaitu fokus pada pembuatan Honda ADV 150. Fokus tema tersebut juga dipengaruhi dari jenis motor skutik 150cc pertama bergaya *adventure* yang baru rilis pada 2019 sehingga belum mempunyai sejarah yang panjang. Elemen interaksi juga akan penulis fokuskan agar pembaca dapat mengetahui proses produksi suatu produk.

1. Sumber *Website* 2 :

Judul : MPV Sejuta Umat
Tahun : 2017
Pembuat : Visual Interaktif Kompas

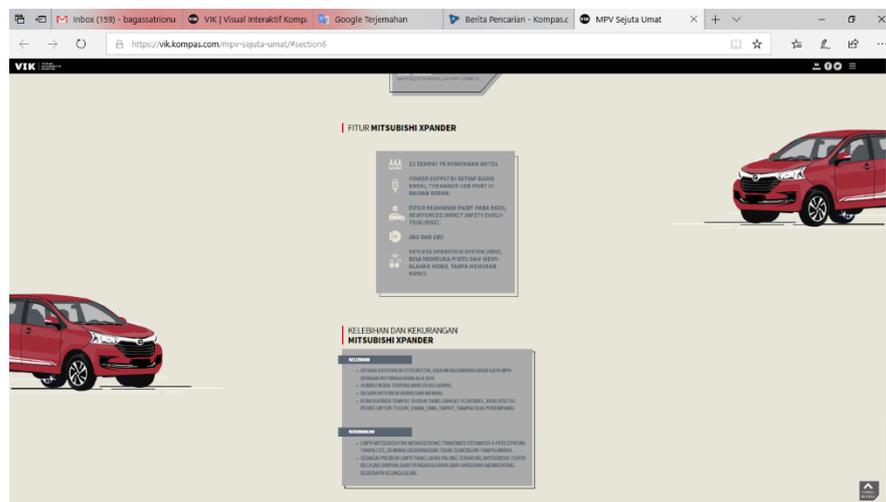


Sumber: *Visual Interaktif Kompas*

Gambar 2.4 Beranda *Interactive Multimedia Website* “MPV Sejuta Umat”

Pada salah satu situs yang juga berasal dari VIK, MPV Sejuta Umat berisikan tentang perseteruan abadi manufaktur kendaraan roda empat dalam segmen *multi-purpose vehicle* (MPV). Dari mulai sejarah kemunculan tiap produk MPV dari manufaktur yang berbeda, spesifikasinya, hingga *wholesales* tiap produk MPV terpampang nyata dalam *interactive multimedia website* kepunyaan Kompas tersebut.

Keunggulan yang ada pada *website* ini adalah penyampaian kontennya yang *to the point*. Tidak terkesan basa-basi, ilustrasi, tulisan, hingga cara akses kontennya pun sangatlah mudah layaknya karya VIK yang lain. *Highlight* utama pada *interactive multimedia website* ini adalah tulisannya yang sudah seimbang dengan ilustrasi dengan warna yang kontras sehingga menarik perhatian pembaca.



Sumber: Visual Interaktif Kompas

Gambar 2.5 Penyajian konten pada situs “MPV Sejuta Umat”

Dengan konten yang sangat lengkap dan gaya penyampaian narasinya sehingga menguatkan tema dari *website* itu sendiri membuat *website* ini menjadi seru untuk dinikmati.



Sumber: Visual Interaktif Kompas

Gambar 2.6 Keterbatasan interaksi dalam situs “MPV Sejuta Umat”

Namun ada kekurangan besar yang ada pada *interactive multimedia website* karya VIK ini, yaitu kurangnya sifat ‘*interactive*’ dalam *website*-nya tersebut. Interaksi kita pada situs itu hanya terbatas navigasi *scroll* dan pemilihan produk MPV dari tiap manufaktur saja. Animasi juga kurang bervariasi dan jarang digunakan dalam situsnya sehingga membuat konten dengan judul “MPV Sejuta Umat” ini kurang kuat dalam komponen interaksi perihal animasi.

Maka dari itu dalam karya yang akan dibuat, penulis lebih mengkreasikan navigasi serta animasi dalam *interactive website* agar tidak terbatas pada gerakan *scrolling* saja dan juga memiliki animasi yang mendukung pengalaman dalam melakukan navigasi tersebut.

2. Sumber Video 1 :

Judul : 2015 new Yamaha YZF-R1 'R-DNA Yamaha
Supersports Design Identity'
Tahun : 2014
Pembuat : Yamaha Motor Company



Sumber: Yamaha Motor Company

Gambar 2.7 Penjelasan desain Yamaha R1 2015 oleh Toshiyuki Yasunaga dan
Isao Sakata

Dalam video berdurasi lima menit 36 detik ini, berisikan pembahasan mengenai langkah-langkah pembuatan salah satu *flagship* dari produk sepeda motor Yamaha yaitu R1. Video ini membahas awal mula *sportsbike* khas pabrikan garpu tala tersebut dari hanya sebuah sketsa saja hingga masuk ke jalur produksi dan mulai dipasarkan untuk masyarakat dunia. Video ini mengambil sudut pandang yang sesuai dengan tugas akhir saya.



Sumber: Yamaha Motor Company

Gambar 2.8 Penjelasan desainer Yamaha yang disertai ilustrasi pendukung

Kelebihan dari video tersebut adalah pejelasanannya yang detail dengan menambahkan beberapa ilustrasi untuk mendukung penjelasan narasi yang dibacakan oleh kedua desainer Yamaha, Toshiyuki Yasunaga dan Isao Sakata. Walaupun narasi yang disampaikan berbahasa Jepang, namun *subtitle* untuk bahasa Inggris juga tersedia agar dapat dinikmati masyarakat global



Sumber: Yamaha Motor Company

Gambar 2.9 Fokus video pada dua desainer Yamaha

Dengan hanya memanfaatkan satu elemen multimedia yaitu video, Yamaha menceritakan sebuah proses pembuatan motor R1 mereka dari sketsa hingga menjadi sebuah produk yang dapat dinikmati oleh masyarakat.

Maka dari itu penulis akan menceritakan hal yang serupa dengan Honda ADV 150, namun menyampaikannya dengan cara menggabungkan beberapa elemen multimedia dalam *interactive website* yang akan penulis buat.

2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan

2.2.1 *Interactive Journalism*

Dalam mengerjakan karya berjudul “Merakit.id: Dari Sketsa Jadi Nyata,” penulis menghasilkan produk *reporting based project* berbasis

online dengan memberikan elemen-elemen interaksi pada *website* berita tersebut. Definisi dari jurnalistik interaktif itu sendiri adalah memberikan sebuah berita lewat presentasi visual dengan beberapa interaksi yang dapat dieksplor pembaca guna memilih konten atau informasi mengenai berita tersebut. (Usher, 2016, p. 18 – 21)

Penjelasan tersebut menekankan bahwa jurnalistik interaktif adalah berita yang disisipi oleh visual dan interaksi yang bisa dieksplor. Menurut Miller (2004, p. 60), ada enam tipe interaktivitas yang biasa ditemukan dalam beragam hiburan interaktif, diantaranya:

1. Pembaca dapat memasukan sebuah stimulus dan program akan memberikan respon.
2. Pembaca dapat melakukan navigasi dalam program.
3. Pembaca dapat mengontrol objek virtual.
4. Pembaca dapat berkomunikasi dengan *bot* atau pembaca lainnya.
5. Pembaca dapat mengirimkan informasi.
6. Pembaca dapat menerima suatu benda atau penghargaan.

Maka dari definisi tersebut, penulis akan mengimplementasikan beberapa tipe interaktifitas dalam karya *website* ini guna menambahkan pengalaman yang berbeda bagi para pembaca. Seperti contohnya memberikan pengalaman membaca yang biasanya pasif menjadi aktif dengan adanya konten yang dapat dieksplor oleh pembaca saat melakukan interaksi tertentu pada laman *website*.

2.2.2 *Automotive Journalism*

Saat melaksanakan karya dengan judul “Merakit.id: Dari Sketsa Jadi Nyata,” pengaplikasian teknik *Automotive Journalism* atau Jurnalis Otomotif akan sangat terpakai. Karya ini berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai pembuatan sebuah sepeda motor dari hanya berdasarkan gambar sketsa saja hingga masuk ke dalam jalur produksi.

John Pearley Huffman (edmunds.com, 2010) menyebutkan bahwa, *automotive journalism* atau jurnalisme otomotif adalah sebuah pekerjaan yang nyata. Anggota staf dari majalah dan situs berita otomotif harus agresif dalam mengejar cerita yang tidak dilihat orang lain. Mereka perlu memenuhi tenggat waktu atau yang biasa kita sebut sebagai *deadline*, meskipun berarti bekerja sepanjang malam. Mereka perlu menulis cerita tentang mobil bukan hanya karena mereka dibayar untuk melakukannya, tetapi karena mereka suka melakukannya dan berusaha melakukannya dengan baik.

Sesuai dengan definisi tersebut, seorang jurnalis otomotif juga menjalankan proses dalam memproduksi tulisan jurnalistik seperti yang telah disebutkan oleh Ronald Buel, (Ishwara, 2005, p. 91-92) yaitu:

1. *Data Assignment* (Penugasan)

Menentukan apakah berita tersebut layak untuk diliput dan mengapa.

2. *Data Collecting* (Pengumpulan)

Menentukan apakah informasi yang sudah didapat dan dikumpulkan cukup atau tidak.

3. *Data Evaluation* (Evaluasi)

Menentukan apakah penting untuk dimasukkan ke dalam berita.

4. *Data Writing* (Penulisan)

Menentukan kata-kata yang perlu digunakan

5. *Data Editing* (Penyuntingan)

Menentukan mana berita yang perlu diberi judul besar untuk dimuat di halaman depan, tulisan mana yang tidak perlu atau dipotong, dan mana cerita yang perlu diubah.

Dalam mengerjakan karya ini, penulis juga akan menerapkan proses produksi tulisan jurnalistik dalam tatanan tersebut namun mengaplikasikannya dalam bentuk karya *digital storytelling*.

2.2.3 *Digital Storytelling*

Dalam karya yang akan penulis buat, terdapat penerapan teori atau konsep dari *Digital Storytelling*. Produk yang ingin penulis buat bertujuan untuk menceritakan sebuah proses pembuatan sepeda motor. Bagaimana semuanya berawal dari hanya pemikiran hingga terbentuklah satu unit sepeda motor, penulis akan menceritakan

kronologinya. Dengan mengambil bentuk *storytelling*, namun dikemas dalam bentuk *digital* yaitu *interactive multimedia storytelling*.

Menurut Armstrong (2003, mengutip dari Garrety, 2008, p. 2), *Digital Storytelling* adalah proses perpaduan dari sebuah penceritaan tradisional dengan teknologi dan media seperti video, audio, dan narasi yang kekinian. Jadi bisa kita simpulkan bahwa *digital storytelling* sebenarnya masih berisikan gaya cerita tradisional yang mengkronologikan suatu hal. Namun cerita tersebut disampaikan dalam kemasan yang berbentuk lebih kekinian atau modern.

2.2.4 Multimedia

Agar *digital storytelling* dapat disampaikan menjadi lebih menarik, cara penyampaiannya pun harus berbeda dengan gaya penyampaian yang terdahulu dan tradisional.

Penggunaan media penyampaian yang beragam atau kata pendeknya adalah multimedia, adalah langkah yang paling tepat untuk menjadi rangka bentuk dari *interactive multimedia website* yang akan penulis buat.

Multimedia juga memiliki komponennya sendiri. Hofstetter (2001, p. 10 – 11) menyatakan bahwa komponen multimedia terdiri dari lima hal utama. Lima hal tersebut pun memiliki beragam jenisnya, berikut adalah komponen-komponen tersebut :

1. Teks
 - a. *Printed text*
 - b. *Scanned text*
 - c. *Electronic text*
 - d. *Hypertext*
2. Grafik
 - a. *Bitmaps*
 - b. *Vector images*
 - c. *Clip Art*
 - d. *Digitized pictures*
 - e. *Hyper pictures*
3. Audio
 - a. *Waveform audio*
 - b. *MIDI soundtrack*
 - c. *Compact Disc (CD) Audio*
 - d. *MP3 files*
4. Video
 - a. *Live Video Feeds*
 - b. *Videotape*
 - c. *Videodisc*
 - d. *Digital Video*
5. Animasi
 - a. *Frame animation*

b. *Vector animation*

c. *Conceptual animation*

d. *Morphing*

Untuk penggarapan karya, penulis akan memaksimalkan kelima komponen multimedia tersebut agar dapat mendukung cerita.

Penggunaan aspek multimedia memang dapat membantu membuat cerita lebih hidup karena beragam elemen telah hadir meramaikan ceritanya. Bukan hanya tulisan dan audio saja yang dapat kita nikmati seperti gaya tradisional, namun visual pun sekarang juga turut hadir dalam sebuah cerita.

Dengan elemen pendukung tersebut, maka sebuah cerita yang disampaikan akan lebih hidup dan berwarna. Seperti yang telah disebutkan oleh *International Journalist's Network* (2011), yaitu:

1. Video untuk menampilkan sebuah aksi.
2. Foto untuk menampilkan sebuah emosi.
3. Audio untuk menampilkan kutipan atau *soundbite* yang bagus.
4. Grafik untuk menampilkan sebuah proses yang rumit.

Video akan penulis gunakan untuk menggugah keinginan pembaca agar tertarik untuk merakit sebuah produk. Sayangnya karena kendala yang ditemui oleh penulis dalam proses liputan, maka penulis mengambil bahan video dari *platform* YouTube dengan menampilkan

kredit guna menutupi kekurangan bahan karena kendala yang ditemui.
Foto akan penulis gunakan untuk melengkapi deskripsi komponen teks sehingga pembaca dapat mengetahui rupa bagian dari suatu produk apa yang sedang ditampilkan dalam teks tersebut.