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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Terdapat tiga penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai rujukan untuk memahami lebih lanjut tentang topik penelitian ini. Penelitian terdahulu yang pertama yaitu penelitian yang dibuat pada tahun 1997 dari Juliette H. Walma van der Molen dan Tom H. A. van der Voort yang berjudul *"Children's Recall of Television and Print News: A Media Comparison Study."* Penelitian yang kedua yaitu penelitian pada tahun 2005 oleh Balslev et al yang berjudul *"Comparison of Text and Video Cases in a Postgraduate Problem-based learing format."* Penelitian terdahulu yang ketiga adalah penelitian pada tahun 2011 karya Aman Yadav, Michael M. Phillips, Mary A. Lunderberg, Matthew J. Koehler, Khatherine Hilden, dan Kathryn H. Dirkin yang berjudul *"If a picture is worth a thousand words is video worth a million? Differences in affective and cognitive processing of video and text cases."*

Penelitian yang pertama oleh Juliette H. Walma van der Molen dan Tom H. A. van der Voort dilakukan pada tahun 1997. Penelitian tersebut membahas tentang perbandingan daya ingat terhadap isi dari suatu berita antara anak yang mengonsumsi berita melalui media cetak dengan anak yang mengonsumsi berita lewat televisi. Media cetak dan televisi memang menggunakan teknik penyampaian isi pesan berita yang berbeda. Media cetak menggunakan teks sedangkan televisi menggunakan *audio-visual*.

Penelitian Molen dan Voort (1997) menggunakan sampel 73 anak perempuan dan 79 anak laki-laki dari kelas 4 dan kelas 6 dari 5 sekolah dasar di Leiden, Belanda. Kelas 4 dan kelas 6 dipilih karena siswa yang duduk di kelas tersebut sudah mengerti baca dan tulis. Anak-anak yang dijadikan sampel penelitian sama sekali tidak memilki gangguan belajar, penglihatan, berbicara, atau pendengaran. Penelitian ini membagi siswa yang memiliki kemampuan akademik yang sama akan di tes secara bersamaan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah kuasi-eksperimental.

Penelitian Molen dan Voort (1997) menghasilkan kesimpulan bahwa anak-anak lebih mudah mengingat isi berita yang disiarkan dari televisi. Sebaliknya, isi berita media cetak yang disampaikan kurang diingat dengan baik oleh subjek. Penelitian mereka juga membandingkan hasil yang ada dengan penelitian serupa yang diujikan kepada orang dewasa. Hasilnya berbeda, jika dilihat pada orang dewasa, mereka cenderung lebih mudah mengingat isi pesan media yang disampaikan oleh media cetak.

Terdapat perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dan penelitian yang dilakukan Molen dan Voort (1997). Perbedaan dari penelitian yang peneliti lakukan yaitu peneliti memilih objek penelitian yaitu media *online* dengan format berita yang dibagi dua yaitu teks dan video (*short texted video*), sedangkan penelitian tersebut menggunakan media cetak dan televisi. Selain itu, subjek yang digunakan juga berbeda yaitu pada penelitian asal Belanda memilih menggunakan anak-anak dengan umur 10-12 tahun. Sampel ini ditentukan karena Molen dan Voort (1997) merasa bahwa pada saat itu terlalu banyak penelitian serupa yang menggunakan

sampel orang dewasa. Sedangkan peneliti menggunakan generasi milenial yang memiliki rentan umur 20-35 tahun. Sampel ini dipilih karena mengikuti dari perkembangan saat ini yaitu media *online* lebih sering digunakan generasi milenial. Peneliti melihat bahwa penggunaan koran dan televisi dalam penelitian ini menjadi kurang relevan karena sekarang ini selain media cetak dan televisi terdapat media *online* yang lebih banyak digunakan khalayak saat ini.

Penelitian selanjutnya yaitu riset oleh Balslev et al (2005) dengan judul *"Comparison of Text and Video Cases in a Postgraduate Problem-based learning format."* Penelitian ini ingin mengetahui perbandingan penggunaan video dan teks terhadap penilaian proses kognitif dan metakognitif dalam pembelajaran berdasarkan masalah pada dokter pediatri.

Sampel yang digunakan dalam penelitian Balslev et al (2005) yaitu sebelas dokter pediatri yang dibagi menjadi grup satu dan grup dua. Kedua group tersebut membahas masalah yang sama. Grup pertama menganalisis video berdurasi dua setengah menit, grup lainnya menganalisis kasus yang sama dalam bentuk tulisan. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu interaksi verbal yang menggunakan video menunjukan peningkatan yang signifikan.

Terdapat perbedaan pada penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Perbedaannya yaitu penelitian Balslev et al (2005) mengukur proses kognitif dan metakognitif, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan mengukur daya ingat akan informasi (*information recall*). Peneliti juga melihat bahwa penelitian ini hanya terbatas pada dokter pediatri saja, sehingga penelitian yang dihasilkan tidak mewakili kebanyakan dokter yang ada.

Penelitian selanjutnya yaitu riset yang dibuat pada tahun 2011 oleh kolaborasi peneliti, diantaranya Aman Yadav, Michael M. Phillips, Mary A. Lunderberg, Matthew J. Koehler, Khatherine Hilden, dan Kathryn H. Dirkin yang berjudul *"If a picture is worth a thousand words is video worth a million? Differences in affective and cognitive processing of video and text cases."* Penelitian ini membahas tentang format berita yang meliputi video, teks, dan video + teks dapat memengaruhi partisipasi khalayak, proses kognitif, dan ingatan akan diagnosis non-fiktif HIV/AIDS.

Penelitian ini menggunakan sampel yaitu 7 laki-laki dan 23 perempuan. Rentan umurnya yaitu 17-32 tahun. Penelitian ini melibatkan ras Kaukasian, yang dibagi-bagi menjadi Afrika, Amerika, Asia, Hispanik, dan Afrika Karibia. Latar belakang sampel yang digunakan berbeda-beda, ada yang baru saja lulus, mahasiswa yang masih berada pada jenjang perkuliahan, murid sekolah menengah. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, dan metode penelitiannya yaitu eksperimen (*pre-test* dan *post-test*). Yadav et al (2011) menemukan hasil bahwa format teks + video merupakan format yang mencapai tingkat yang lebih tinggi dalam partisipasi dan simpati dengan karakter, dan ingat terhadap informasi tertentu.

Terdapat perbedaan antara penelitian yang akan peneliti teliti dengan penelitian yang dibuat oleh enam peneliti tersebut lakukan. Perbedaannya yaitu Penelitian mereka memiliki tiga format yang akan diuji yaitu teks, video, dan video + teks. Penelitian yang akan dilakukan peneliti hanya menguji dua format yaitu video dan teks. Selain itu, penelitian asal USA juga terbatas hanya pada partisipasi

khalayak, proses kognitif, dan ingatan akan diagnosis non-fiktif HIV/AIDS, sedangkan peneliti berusaha melihat dari sisi khalayak dan perkembangan media dalam teknologi informasi.

2.2 TEORI DAN KONSEP

2.2.1 Jurnalistik *Online*

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, informasi yang dikirim secara instan merupakan sesuatu yang sangat mudah. Jurnalis dapat membuat apa saja dalam waktu cepat dengan teknologi, kemudian berita yang sudah dibuat langsung ditayangkan untuk dikonsumsi oleh khalayak (Craig, 2005, p. 6). Informasi saat ini juga bukan sesuatu yang bisa dibutuhkan sewaktu-waktu tapi segera.

Menurut Thornburg (2011, p. 9) jurnalistik *online* merupakan sesuatu yang bebas terkait format isi berita yang akan disampaikan. Media cetak hanya bisa memberikan format berita berbentuk teks, sedangkan media broadcast terikat dengan format penayangan yang ada. Media *online* dapat menampilkan format berita dalam bentuk apapun. Format yang disajikan juga dapat dikombinasikan satu sama lain, seperti teks dengan video atau dengan foto.

Jurnalis *online* dituntut untuk fleksibel dalam arti saat melakukan peliputan pemberitaan dan menyajikan berita. Owen Youngman pemilik media *online* Chicago Tribune mengatakan "Fleksibel merupakan satu-satunya hal yang saya cari" dikutip dari Craig (2005, p. 17). Menurut Owen

fleksibel merupakan suatu keharusan yang dimiliki setiap jurnalis *online* dalam melakukan pekerjaannya.

Saat ini beberapa *newsroom* juga mengalami konvergensi. Ruang kerja baru tercipta dari adanya konvergensi ini, koneksi ke media konvensional seperti media cetak dan membuat jurnalis tidak hanya memproduksi konten dengan satu format tetapi berbagai macam format (Quinn & Lamble, 2008, p. 4). Jurnalistik *online* saat ini membuat khalayak mengonsumsi berita secara pasif, yaitu ketika jurnalis membuat berita dan berita itu tersampaikan dengan baik kepada khalayak prosesnya hanya berhenti sampai disitu.

Tetapi, saat ini khalayak mengonsumsi berita secara aktif, yaitu khalayak dapat memberikan tanggapan terhadap berita tersebut dan memberikan saran terhadap format penyampaian berita. Terdapat tiga pilar yang menguatkan hal tersebut yaitu multimedia, interaktif, dan pengiriman sesuai dengan permintaan khalayak (Thornburg, 2011, p. 8). Pada era jurnalistik *online*, jurnalis memiliki beberapa pilihan untuk menggabungkan teknik penyampaian berita dan menceritakan isi berita dengan berbagai macam elemen di dalamnya (Thornburg, 2011, p. 11). Multimedia dapat berarti penggunaan beberapa format media dalam mempresentasikan suatu berita.

Pertama kali cara ini digunakan pada televisi, saat itu televisi mengkombinasikan penggunaan video dan teks untuk menjelaskan informasi secara lebih terperinci, sehingga khalayak dapat memahami dengan lebih baik. Sekarang ini, bentuk penggunaan multimedia lebih beragam, misalnya

seperti penggambungan audio dan video dalam format siaran langsung, dan tahap penyuntingan juga dilakukan secara langsung. Selain video, bentuk pengembangan lainnya yaitu *podcast* dan *photostory* (Craig, 2005, p. 176).

Mengkombinasikan penggunaan teks dan video juga diterapkan *Kompas.com* untuk menyampaikan informasi di media sosial. Format seperti ini yang akan fokus digunakan dalam penelitian ini selain dari format teks yang sudah digunakan.

2.2.2 *Uses and Gratifications*

Khalayak sering terbentuk dari kesamaan kebutuhan, ketertarikan, dan kesukaan. Khalayak terkadang juga dapat dikategorikan menurut motivasi masing-masing individu. Menurut See Wrigth (1974) dalam McQuail (2010, p. 423) pertanyaan mengenai teori ini yaitu ‘mengapa individu menggunakan suatu media tertentu, dan untuk apa mereka menggunakannya?’ fungsi sosiologi juga melihat bahwa media melayani kebutuhan dari berbagai macam khalayak.

Terdapat beberapa asumsi yang mendasari adanya teori ini menurut McQuail (2010, p. 423) yaitu asumsi yang pertama yaitu pilihan media atau konten jelas dan terarah kepada tujuan dan kepuasan tertentu sehingga khalayak yang aktif dapat dijelaskan secara logis. Selain itu, khalayak mengetahui kebutuhannya akan media, meliputi kesadaran pribadi dan sosial dalam bentuk motivasi. Khalayak lebih menyukai sesuatu yang berhubungan langsung dengan kehidupan pribadinya dibandingkan dengan sesuatu terkait

budaya dan keindahan. Semua faktor yang meliputi keinginan, kepuasan yang dirasakan, pilihan media, dan sebagainya pada dasarnya dapat diukur.

Menurut Katz et al (1974) yang dikutip dalam McQuail (2010, p. 423) proses dalam pemilihan media berasal dari fokus pada sikap sosial dan psikologikal. Kemudian, kebutuhan yang dapat menguntungkan khalayak. Pemilihan media memenuhi ekspektasi khalayak. Media massa atau sumber lainnya yang mengarah kepada perbedaan paparan.

Asumsi dasar dari pendekatan ini ketika ditemukan kembali dan dielaborasi dua puluh tahun kemudian (pada tahun 1960-an dan 1970-an) adalah sebagai berikut (McQuail, 2010, p. 424). Media dan pilihan konten secara umum rasional dan diarahkan kepada tujuan dan kepuasan spesifik tertentu (karenanya khalayak bersifat aktif dan pembentukan khalayak dapat dijelaskan secara logis). Anggota khalayak sadar akan kebutuhan terkait media yang muncul dalam kondisi pribadi (individual).

Selain itu, dikutip dari West dan Turner (2014, p. 406) yaitu audiens pada umumnya bersikap aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Asumsi ini mengatakan bahwa khalayak aktif dan memilih menggunakan media dengan berorientasi pada tujuan. Audiens dapat menyesuaikan penggunaan media dengan aktivitas yang dilakukan. Tentunya audiens harus mencapai tujuan dengan penggunaan media tersebut. Menurut McQuail dalam West dan Turner (2014, p. 406) terdapat beberapa cara untuk mengklasifikasikan kebutuhan dan kepuasan audiens yaitu dengan, pengalihan, hubungan pribadi, identitas pribadi, dan pengawasan. Pemilihan

media bagi audiens disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Misalnya seperti masyarakat sekarang yang lebih memilih menggunakan media *online* karena lebih praktis untuk digunakan.

Selain terdapat asumsi *uses and gratifications* juga memiliki karakteristik. Terdapat tiga karakteristik yang mendasari teori ini menurut Fortner dan Facker (2014, p. 271) pertama yaitu konsep dari audiens itu sendiri. Pembagian konsep dari audiens dilihat dari bagaimana mengerahkan kekuasaan dan kontrol terhadap audiens. Audiens dilibatkan dan berpartisipasi aktif dalam memilih medianya. Pendekatan ini relevan karena fokusnya terhadap khalayak tertentu. Pendekatan ini memiliki asumsi bahwa tidak semua kelompok dalam masyarakat terpapar pada jenis media dan pesan yang sama, tetapi kelompok yang berbeda memungkinkan mendapatkan hasil yang berbeda.

Karakteristik selanjutnya yaitu *uses and gratifications* fokus pada yang dilakukan audiens. Penelitian terdahulu yang menggunakan pendekatan ini cenderung menguji sejauh mana pesan mempengaruhi perilaku, sikap, dan pendapat masing-masing orang. Faktor pendukung yang berdampak terhadap bagaimana individu menentukan pilihan dalam penggunaan media juga dapat diselidiki misalnya seperti, tingkat kepercayaan, minat masing-masing individu, peran dalam masyarakat, dan keadaan kehidupan seseorang (Fornet dan Facker, 2014, p. 271).

Kemudian, gratifikasi media harus dicari dan didapatkan. Gratifikasi media harus dicari bisa juga disebut kebutuhan atau motif. Sedangkan,

gratifikasi harus didapatkan menurut Quan-Haase dan Brows (2013) dalam Fornet dan Facker (2014, p. 272) berpendapat bahwa “Kami menganggap audiens sebagai khalayak aktif memilih dan menggunakan media dalam menanggapi kebutuhan atau sasaran spesifik untuk memerika kepuasan yang dapat diidentifikasi yang disediakan media.” Hal ini menjadi penting karena menyangkut tentang apa yang diharapkan individu dari suatu media sebelum mereka menggunakannya untuk pertama kalinya.

Menurut Baran dan Davis (2012, p. 212) terdapat beberapa kelemahan dan kelebihan dari teori ini. Kelebihan yang dimiliki teori ini yaitu pertama, teori ini fokus pada individu dalam proses komunikasi massa. Selanjutnya, teori ini juga menghargai kemampuan yang dimiliki oleh khalayak, karena masing-masing individu memiliki latar belakang dan kemampuan yang berbeda. Kemudian, teori ini juga memberikan analisis yang mendalam mengenai pengalaman seseorang dalam menggunakan media. Teori ini juga dapat membedakan mana pengguna media yang aktif dan pasif. Kemudian, mempelajari penggunaan media sebagai bagian dari interaksi sosial sehari-hari. Terakhir memberikan pengetahuan tentang adopsi media baru.

Teori ini juga memiliki beberapa kelemahan. Menurut Baran dan Davis (2012, p. 212) kelemahan yang pertama yaitu terlalu sering keliru dikaitkan dengan fungsi, dan terkadang dapat membuat bias. Kedua, tidak dapat dengan mudah mengatasi antara ada dan tidaknya efek. Kemudian, benyak konsep yang dikritik karena tidak terukur. Lalu, terlalu berorientasi pada level yang kecil. Terakhir, gratifikasi media seringkali tidak terkait dengan efek.

Penilaian nilai konten media hanya bisa dinilai oleh audiens. Perspektif ini lebih sedikit membahas tentang audiens tetapi lebih banyak kepada yang menelitinya. Peneliti harus menangguhkan penilaian yang menghubungkan kebutuhan audiens dengan media atau konten tertentu. Menurut para ahli, untuk konten yang tidak berbobot sekalipun memiliki nilai dan dapat dinilai, jika memberikan kepuasan kepada penonton (West & Turner, 2010, p. 394).

George Gilder memprediksi hybrid dari televisi dan komputer akan berdampak pada budaya masyarakat. Sejak prediksi Gilder, beberapa perlahan mulai terjadi. Menonton televisi sekarang sudah berubah dan sekarang dapat disesuaikan secara individual ke tingkat yang lebih baru, tetapi ada beberapa yang belum terealisasi (West & Turner, 2014, p.414).

Uses and gratifications menurut beberapa ahli dapat menjelaskan tentang masyarakat yang menggunakan internet, sms, telepon genggam, dan media lain. Menurut James Shanahan and Michael Morgan pada tahun 1999 "konsistensi mendasar dari isi pesan yang kita konsumsi dan sifat lingkungan simbolik tempat kita hidup" hal ini berlaku bahkan jika teknologi pengantarnya berubah (West & Turner, 2014, p.415).

Sundar dan Limperos (2013, p. 507) mengatakan bahwa *uses and gratifications* dapat digunakan dari media tradisional sampai media baru. Misalnya seperti *video games*, internet, *social network*, bahkan perangkat seperti Mp3 dan tablet. Beberapa peneliti juga beranggapan bahwa *uses and gratifications* yang ada sekarang merupakan cerminan dari kebutuhan yang memang sudah ada dari dulu. Hal ini menandakan bahwa gratifikasi dari

media baru ada lah refleksi dari kebutuhan primer dari pada manifestasi dari kebutuhan baru (Sundar & Limperos, 2013, p. 510)

2.2.3 *Information Processing*

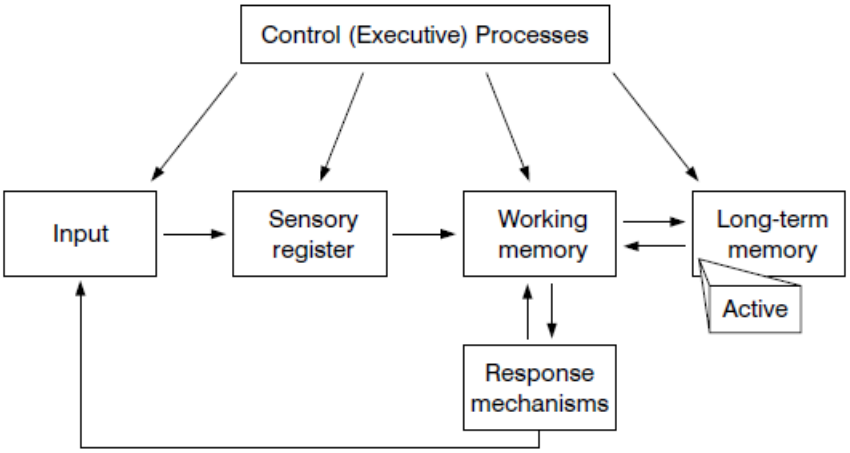
Menurut Shuel pada tahun 1986 yang dikutip dalam Schunk (2012, p.164) pemrosesan informasi teori fokus pada bagaimana seseorang menghadiri suatu acara, dan orang tersebut mendapatkan informasi untuk mempelajari dan menghubungkan kepada pengetahuan yang ada didalam ingatan, dan mengambil apa yang dibutuhkan. Riset mengenai pemrosesan informasi digunanakan untuk fenomena seperti pergerakan mata, penghargaan, dan waktu untu menginat. Sedangkan Baran dan Davis (2012, p. 263) mengatakan bahwa teori pemrosesan informasi menggunakan analogi mekanistik untuk menggambarkan dan menafsirkan bagaimana masing-masing dari kita menerima dan memahami informasi yang ditemui oleh indra setiap saat setiap hari.

Mayer (1996) dalam Schunk (2012) mengatakan bahwa ahli teori pemrosesan informasi berasumsi bahwa seseorang akan memilih dan memperhatikan lingkungan sekitar, mengerti informasi, dan menghubungkan informasi tersebut dengan pengetahuan yang sudah dimiliki, dan membuat makna. Pertama yaitu pemrosesan informasi terjadi dalam beberapa tahapan antara menerima stimulus dan menerima respon baik sengaja maupun tidak sengaja. Tahapan yang terjadi sebenarnya yaitu bagaimana informasi yang dipresentasikan bergantung pada tahapan yang ada (Schunk, 2012, p.165).

Beberapa peneliti juga mengasumsikan hal yang sama seperti Farnham -Diggory (1992), Matlin (2009), Mayer (1996), Shuell (1986), dan Terry (2009) mengatakan bahwa pemrosesan informasi melibatkan semua kegiatan kognitif seperti, memahami, melatih, berfikir, memecahkan masalah, mengingat, melupakan, dan pencitraan (Schunk, 2012, p.165).

Menurut Littlejohn (2009, p. 512) teori informasi adalah studi kuantitatif dari transmisi sinyal. Teori ini umumnya berlaku untuk teknologi informasi dan teknik komunikasi. Dalam komunikasi manusia, teori ini berfungsi sebagai metafora untuk transmisi linear antara pengirim dan penerima manusia. Dia juga mengatakan bahwa teori informasi menyatakan semakin tinggi informasi dalam suatu pesan, maka semakin besar juga ketidakpastiannya. Hal ini terjadi karena semakin besar pesan yang disampaikan dapat berisi beragam informasi yang dapat mengurangi kejelasan dari isi pesan yang ada.

Bagan 2.1 Information processing model of learning and memory.



Sumber : Schunk, 2012, p. 166

Pemrosesan informasi dimulai ketika input stimulus misalnya seperti visual auditori yang diterima oleh satu atau lebih indra manusia. Kemudian, sensorik mengenai masukan dan menahannya dalam bentuk sensor. Pada tahap ini persepsi terjadi, yaitu proses pemberian makna terhadap masukan yang diterima. Proses pemberian makna ini tidak termasuk dengan pemberian nama terhadap stimulus yang diterima, karena pemrosesan informasi sampai pada tahap pemberian nama memerlukan waktu lebih lama. Persepsi yang diterima kemudian dicocokan dengan informasi yang dimiliki dalam memori (Schunk, 2012, p.166).

Sensorik mentranfer informasi yang didapatkan ke memori jangka pendek. Memori jangka pendek merupakan memori yang berfungsi dan mengira-ngira apa yang sesuai dengan kesadaran. Kapasitas memori aktif dapat penuh sewaktu-waktu. Miller pada tahun 1956 dikutip dalam Schunk mengatakan bahwa memori aktif hanya menampung kurang lebih tujuh dari dua unit informasi yang diterima. Unit yang dimaksud yatu item yang memiliki makna, misalnya seperti, kata, angka, atau ungkapan umum. Waktu yang dimiliki memori yang aktif pada saat itu terbatas dan akan hilang setelah beberapa detik (Schunk, 2012, p.166).

Memori aktif menghubungkan informasi yang didapat dengan informasi yang sudah tersimpan di memori jangka panjang. Saat ini masih menjadi bahan pertimbangan apakah memori jangka panjang dapat dilupakan atau tidak. Beberapa peneliti beranggapan hal itu dapat terjadi, yang lain mengatakan bahwa kegagalan dalam mengingat ingatan yang tersimpan pada

memori jangka panjang yaitu karena kurangnya isyarat dalam mengingat (Schunk, 2012, p.166). Seseorang menerima informasi yang banyak akan berarti mengingat lebih baik. Informasi yang penting bisa saja hilang ditengah-tengah banyaknya informasi yang diterima (Baran dan Davis, 2014, p. 232).

Latihan dapat melatih proses kontrol yang baik pada memori aktif. Seseorang dapat melatih materi verbal dengan pengulangan informasi dengan keras. Selain itu, melakukan pengodean dan mengategorikan informasi dengan konteks yang memiliki makna (Schunk, 2012, p.166).

Menurut model ini ketika seseorang mempelajari *item* tertentu, mereka cenderung mengingat lebih baik poin yang pertama dan terakhir. Menurut model ini, seseorang akan lebih mengingat poin pertama dan berpotensi memasukan informasi tersebut ke dalam memori jangka panjang. Sedangkan, poin terakhir masih terdapat pada memori aktif pada saat penarikan, karena poin ini merupakan sesuatu yang terakhir diingat. Poin yang berada di tengah-tengah sebagai poin yang paling lemah karena tidak terletak pada memori aktif dan tertimpa dengan poin lainnya (Schunk, 2012, p.167).

Jika dikaitkan dengan berita yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu berita yang mengandung teks dan video, Baran dan Davis (2014, p. 233) mengatakan seseorang akan menerima informasi visual dan verbal, tetapi cenderung menempatkan prioritas pada pemrosesan informasi visual. Hasilnya, visal yang komplek memaksa khalayak untuk mencurahkan lebih banyak sumber daya kognitif untuk memahami visual tersebut.

Kesalahan mungkin saja terjadi dalam pemrosesan informasi. Teori ini tidak menyalahkan hal tersebut terjadi. Karena masing-masing individu memiliki kapasitas yang berbeda-beda terkait pemrosesan informasi. Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa berita yang tidak dibuat dengan benar akan berdampak tidak tersampainya makna pesan dengan baik. Baran dan Davis berpendapat dari pada fokus dengan kesalahan dari khalayak, akan lebih baik mengubah struktur berita yang ada sehingga audiens dapat menangkap informasi tanpa melakukan kesalahakan (Baran & Davis, 2014, p. 233)

2.2.3.1 Mengingat Sebagai Bagian dari Pemrosessan Informasi

Secara teoritis proses mengingat berbeda dengan proses memahami. Proses mengingat meruapakan proses dimana seseorang menyimpan dan mengambil informasi yang sudah tersimpan dan mengambil informasi tertentu setelah mendengarkan atau melihat. Sedangkan, memahami merupakan proses selama mendengarkan atau melihat. Woodall et al (1983) dalam Findahl dan Hoijer (1985, p. 381) mengatakan bahwa mengingat merupakan proses penyimpanan sederhana dan memahami merupakan penyimpanan yang lebih rumit di mana kesimpulan ditambahkan.

Proses pemahaman dapat memiliki hasil yang berbeda-beda bagi masing-masing individu, hal ini juga berlaku bagi ingatan. Masing-masing individu memiliki kemampuan mengingat yang berbeda-beda, sehingga dapat diarahkan dengan pengulangan (Findahl & Hoijer, 1985, p. 381).

Woodall et al (1983, p. 2) berpendapat bahwa penelitian dahulu yang menggunakan pemrosesan informasi spesifik seperti pembelajaran daftar kata, penarikan pasangan kata, dan pengenalan kalimat. Seiring berkembangnya riset yang dilakukan mengenai pemrosesan informasi, stimulus yang digunakan lebih kompleks seperti mengukur ingatakn seseorang, pembentukan kesan, menejemen percakapan, dan hubungan sikap dan perilaku.

2.2.3.2 Meningkatkan Kemampuan Mengingat

Debora S Herold pada tahun 2016 mengatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat meningkatkan kemampuan dalam mengingat suatu informasi. Pertama, sadar akan informasi yaitu berarti seseorang harus mengetahui detil dan ciri khas pada suatu informasi. Sering kali, seseorang ingat akan suatu informasi tetapi melupakan ciri khusus dari informasi tersebut (Herold, 2016, para. 4).

Selanjutnya, poin kedua yaitu melibatkan diri sendiri dalam mengingat informasi. Merefleksikan pengalaman diri sendiri membuat seseorang lebih mudah mengingat suatu informasi. Debora meminjam studi dari Craik dan Tulving (1975) yang menyatakan siswa lebih mudah mengingat informasi yang secara langsung terlibat dalam kehidupannya. Membaca atau mendengarkan informasi tidak menjamin seseorang akan mengingatnya, berbeda jika informasi tersebut merupakan hal yang penting (Herold, 2016, para. 5).

Poin ketiga yaitu menggunakan isyarat personal untuk mengenai informasi yang akan diingat. Masing-masing orang membuat contoh sendiri mengenai informasi yang akan diingat. Menurut riset yang dibuat oleh Mantyla (1986) yaitu partisipan lebih banyak mengingat 36% ketika menggunakan isyarat atau tanda yang dibuat sendiri dibandingkan yang dikembangkan orang lain (Herold, 2016, para. 6).

Keempat yaitu membuat konteks dari informasi apa yang akan didengarkan. Menurut studi dari Bransford dan Johnson (1972) mengatakan bahwa separuh kelas menunjukan dapat mengingat informasi yang sebelumnya sebuah gambar ditampilkan untuk menciptakan konteks. Sulit bagi siswa yang tidak membuat konteks terlebih dahulu untuk mengingat (Herold, 2016, para. 7).

Poin terakhir yaitu sering melakukan latihan. Menurut Roediger dan Karpicke pada tahun 2006 ingatan akan lebih baik jika dilakukan pengulangan beberapa kali dalam membaca informasi. Membaca beberapa bagian dan berhenti lalu menanyakan pada diri sendiri apa yang baru saja dibaca merupakan sesuatu yang efektif (Herold, 2016, para. 8).

2.2.4 *Media Logic*

Menurut Farre Coma dan Horlick-Jones (2005A, 2005B, 2010) dikutip dalam Altheide (2013, p. 224) *media logic* secara langsung membentuk proses interaksi, kegiatan rutin, dan tatanan kelembagaan seperti kehidupan sehari-hari dan tatanan institusional yang mencerminkan dan menegaskan komunikasi dengan logika media. Dahulu banyak yang menggunakan istilah

‘mediatization’ atau ‘mediatric’ sebagai sifat dasar logika media (Altheide, 2013, p. 224).

Altheide (2013, p. 225) juga mengatakan bahwa logika media dan ketertarikan terhadap mediasi telah mengikuti perkembangan dalam menggunakan internet, telepon selular atau telepon pintar, media sosial, dan beberapa aplikasi pengawasan terdapat kontrol sosial. Logika media diartikan sebagai bentuk komunikasi dan proses melalui mana media mengirimkan dan mengomunikasikan informasi. Logika media relevan ketika peristiwa, tindakan, dan penampilan aktor mencerminkan teknologi informasi media tertentu, dan format yang mengatur suatu komunikasi. Elemen utama yang mencangkup keseluruhan yaitu teori mediasi yang dibangun berdasarkan logika media merupakan bentuk-bentuk media institusional tidak hanya membantu membentuk dan memandu konten dari berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari, tetapi juga menetapkan bahwa khalayak sebagai aktor menganggap hal ini merupakan sesuatu yang normal dan menggunakannya sebagai alat untuk menjaga realitas.

Menurut Altheide dan Snow (1979 & 1983) dalam Althaide (2013, p. 226) logika media memiliki unsur-unsur yang meliputi fitur khas dari masing-masing media, misalnya media cetak, internet, atau *blog* dan format yang digunakan oleh media ini untuk organisasi, gaya yang disajikan, fokus atau penekanan pada karakteristik perilaku tertentum dan tata bahasa komunikasi media. Format merupakan cara komunikasi diatur, dan dipilih, disajikan, dan pada akhirnya, diakui dan digunakan oleh khalayak (drama, visualisasi,

enkapsulasi singkat, bentuk naratif, dan pengembangan lain yang telah disempurnakan).

Format mencerminkan teknologi, konteks, keakraban substantif, dan prosedural serta audiensi yang dituju. Format juga merupakan bagian dari ekologi komunikasi yang mengacu pada struktur, organisasi, dan aksesibilitas teknologi informasi, berbagai forum, media dan saluran informasi. Ekologi komunikasi memberikan konsep dan perspektif yang menggabungkan format teknologi dan komunikasi yang ada didalam media dengan waktu dan tempat kegiatan berlangsung. Argumen mendasar beranggapan bahwa teknologi, format, dan banyak kegiatan saling terkait secara refleksif. Hal ini menunjukan bahwa banyak kegiatan sosial dan perubahan perilaku beresonansi dengan komunikasi dan teknologi informasi (Altheide, 2013 p. 226).

Altheide (2013, p. 226) berusaha untuk menggabungkan dengan beberapa riset sebelumnya dan berusaha untuk memperbaiki secara konseptual area mediasi yang luas. Media dapat dipahami sebagai prosedur atau perangkat sosial atau teknologi yang digunakan untuk pemilihan, transmisi, dan penerimaan informasi. Mediasi mengacu pada dampak logika media dan bentuk media yang dalam proses komunikasi yang melibatkan ekologi komunikasi dalam menggabungkan teknologi dan format komunikasi dengan waktu dan tempat kegiatan.

Altheide menekankan bahwa institusi sosial dipenuhi dengan pertimbangan media. Analisis Snow (1983) dalam Altheide (2013, p. 226)

tentang budaya media mengatakan format hiburan menekankan fitur yang relevan untuk media massa sama seperti media sosial. Pertama, tidak ada sesuatu yang biasa. Kedua, bebas menjelajah apa saja diluar perilaku sehari-hari. Ketiga, audiens dengan bebas menentukan pendapatnya. Misalnya seperti yang terjadi di televisi, format visual, singkat, berorientasi pada tindakan, dan dramatisasi menjadi penekanan dalam pengemasan karena dianggap akrab dengan khalayak. Logika seperti ini digunakan karena khalayak dianggap familiar dan lebih sering menggunakan format seperti ini.

Semakin berkembangnya jaman organisasi institusional mulai mengubah format yang digunakan sesuai dengan teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini. Mulai munculnya *Youtube* dan ponsel pintar mulai membuat perubahan. Sekarang, pengambilan video tidak lagi perlu menggunakan alat-alat khusus tetapi hanya membutuhkan telepon pintar dan kualitas yang dihasilkan sesuai untuk ditempatkan di dan disebarluaskan. Hal ini membuat beberapa organisasi media menjadi bergantung terhadap teknologi semacam ini dengan melibatkan partisipasi khalayak (Altheide, 2013, p. 227).

Altheide (2013, p. 228) juga mengatakan teknologi dan format baru telah mengubah tatanan komunikasi, sambil memperluas pengawasan, bahkan ketika aktivitas sehari-hari mengintegrasikan bentuk media. Perubahan pada teknologi informasi dan format komunikasi sering menjadi pertimbangan dalam perencanaan kegiatan. Dia mengatakan bahwa *game* komputer (sebagai contoh) menggambarkan bahwa teknologi informasi dan

format komunikasi dapat mengubah perilaku dan bahkan menghasilkan pendekatan baru untuk kontrol sosial yang dimediasi. *Game* komputer merupakan salah satu contoh dari proses logika media dan perspektif dari ekologi komunikasi.

Short texted video menjadi salah satu perkembangan format media saat ini. Penerapan logika media pada format short texted video terlihat pada ciri-ciri pembuatannya yang sederhana. Organisasi media mulai menggnakan format semacam ini untuk menjangkau khalayak (Altheide, 2013, p. 227).

2.2.5 Variasi Format dalam Pembuatan Berita

Dalam penyampaian berita, media dapat menggunakan berbagai format isi berita untuk menarik perhatian pembacanya. Dalam penelitian ini format yang digunakan yaitu teks dan *short texted video.*

2.2.4.1 Format Teks

Terdapat dua pengertian mengenai teks yaitu teks dengan bentuk pesan fisik seperti dokumen, catatan, nilai, dan sebagainya. Menurut Fiske dikutip dari Mcquail terdapat pengertian alternatif yang dapat digunakan dalam mendeskripsikan teks. Siaran televisi di saat yang bersamaan juga dapat diartikan sebagai teks pada saat khalayak membaca tayangan tersebut. Fiske dalam McQuail (2010, p. 385-386) menegaskan bahwa teks memiliki banyak arti alternatif baik dalam arti yang pertama ataupun arti yang kedua. Pengertian teks dapat berbeda-beda bergantung dari khalayak yang membacanya.

Newcomb dalam McQuail (2010, p. 386) juga mengatakan bahwa keberagaman arti teks bergantung pada dimensi terntu dari pembaca. Masing-masing pribadi memiliki interpretasi yang berbeda-beda. Pengertian ini didasari dari berbagai macam bahasa yang ada dan sistem pengartian yang ada. Berbagai bahasa dapat mengartikan hal ini beragam.

2.2.4.2 Format *Short Texted Video*

Berita dapat dikemas dalam format apapun, format paling mudah suatu berita yaitu format teks seperti yang sudah dijelaskan di atas. Selain teks terdapat bentuk lain dalam menampilkan sebuah berita, salah satunya yaitu dalam bentuk video. Format video merupakan salah satu format yang menarik untuk dilihat. Video berita yang baik yaitu ketika seseorang dapat memahami apa yang menjadi inti dari isi berita yang ada tanpa harus mendengarkan suara dari video tersebut, konten juga disampaikan sesuai dengan urutan dan menciptakan suatu narasi yang berkesinambungan. Pelaporan video yang baik adalah ketika isi konten video tersebut dapat disesuaikan dengan teknologi yang sedang berkembang pada saat proses pembuatannya. Membuat video tentu akan membuat pengalaman baru bagi khalayak yang terbiasa mengonsumsi berita lewat teks (Thornburg, 2011, p. 223).

Video yang menarik untuk dilihat yaitu video yang memiliki kualitas *high definition* (HD). Semakin bagus resolusi yang dihasilkan video tersebut maka semakin lama proses yang dilakukan untuk mengirim video tersebut via internet. Saat ini video beresolusi tinggi merupakan prioritas

bagi jurnalis. Sehubungan dengan khalayak yang lebih menyukai produk dengan kualitas terbaik. Kemudian, untuk menghasilkan video jurnalistik yang baik, maka peralatan yang baik merupakan investasi yang baik (Thornburg, 2011, p. 224).

Proses pembuatan video pada media *online* tentu berbeda dengan proses pembuatan video untuk media *broadcast*. Jika video yang dibuat untuk kebutuhan televisi biasanya ditujukan kepada masyarakat luas dengan menggunakan kabel transmiter dengan kata lain yaitu *"live"* atau *"recorded"* (Millerson & Owens, 2008, p. 1).

Video merupakan bentuk pengembangan dari multimedia di media *online*. Video sering dijadikan sebagai format untuk menyampaikan isi pesan yang sulit digambarkan hanya dengan teks. Saat ini banyak format video yang digunakan sebagai media penyampaian informasi. Format video yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *short texted video*.

> *short texted video : a video less than 4 minutes long where graphics and/or text narration is used over a sequence of images, without a voice narration. This format, with subtle differences, is shared by all the news organizations we talked to and is becoming almost a standard. (Argila, 2017, p.10).*

Format video seperti ini mengutamakan visual dari gambar dan teks yang memperjelas gambar yang ditampilkan. Umumnya durasi yang digunakan saat ini adalah 1-2 menit. Argila juga menampilkan grafik dimana format *short texted video* lebih banyak digunakan dibanding format video lain.

2.2.6 Generasi Milenial

Pew Research Center (2010, p. 9) menjelaskan bahwa generasi milenial lahir setelah tahun 1980. Batas umur terakhir generasi milenial saat ini yaitu yang lahir pada tahun 1996 yaitu berumur 23 tahun pada tahun 2019 (Dimock, 2019, para. 4).

Mereka berpendapat bahwa generasi milenial lebih beretika dan rasional diantara perbedaan diantara generasi sebelumnya. Selain itu, milenial juga dianggap lebih berpendidikan, sedikit tidak suka bekerja, dan lebih lambat untuk menyelesaikan sesuatu (Pew Research Center, 2010, p. 9).

Menurut survei yang dilakukan oleh *Pew Research Center* pada tahun 2014 ada beberapa ciri perilaku milenial diantaranya, yang pertama kebanyakan milenial tidak begitu tertarik dengan lembaga politik dan keagamaan. Tetapi tetap bersosialisasi dengan media sosial dan digital. Kedua, yaitu generasi milenial lebih terbeban dengan keuangan dibanding generasi sebelum-sebelumnya, tetapi optimis akan masa depan. Ketiga, *singlehood.* Generasi milenial lebih cenderung mempersiapkan diri sebelum akhirnya menikah, banyak diantaranya merasa tidak siap secara ekonomi dan lebih memilih untuk sendiri. Sementara di Amerika kebanyakan generasi milenial lebih beragam berasal dari berbagai suku. Kemudian, generasi milenial cenderung kurang percaya pada orang lain dibandingkan dengan generasi lainnya. Terakhir, generasi milenial percaya bahwa jaminan sosial memberikan manfaat bagi mereka pada saat pension (Drake, 2014, para. 1).

2.3 HIPOTESIS TEORITIS

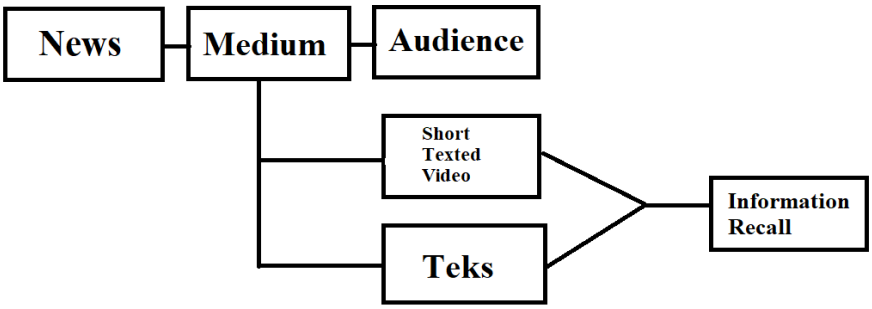
Sugiyono (2009, p. 84) mengatakan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, bisa berupa pernyataan tentang hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan (komparasi), atau variabel mandiri (deskripsi). Dia juga mengatakan bahwa terdapat dua macam hipotesis, yaitu hipotesis nol diartikan sebagai tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik, atau tidak ada perbedaan antara ukuran populasi dan ukuran sampel. Selanjutnya yaitu hipotesis alternative yaitu lawan dari hipotesis nol, yang berbunyi adanya perbedaan antara data populasi dengan data sampel.

Hipotesis yang digunakan oleh peneliti yaitu hipotesis komparatif. Menurut Sugiyono (2009, p. 88) hipotesis komparatif adalah pernyataan yang menunjukan dugaan nilai dalam satu variabel atau lebih pada sampel yang berbeda. Berikut ini merupakan hipotesis yang dihasilkan:

H0 : Tidak ada perbedaan daya ingat pada pembaca berita yang menggunakan teks dan pembaca berita yang menggunakan short texted video.

H1 : Terdapat perbedaan daya ingat pada pembaca berita yang menggunakan teks dan pembaca berita yang menggunakan short texted video.

2.4 ALUR PENELITIAN

Alur penelitian ini yaitu peneliti akan melihat media yang digunakan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Media tersebut dibagi menjadi dua format yaitu teks dan *short texted video.* Kemudian, peneliti akan melihat apakah masyarakat yang mengonsumsi berita melalui format *short texted vid*eo, dan masyarakat yang mengonsumsi berita melalui format teks memiliki perbedaan daya ingat.

Bagan 2.2 Alur Penelitian