



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 TEORI

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Dalam menuliskan penelitian peneliti butuh untuk mencari penelitian terdahulu sebagai referensi dan tolok ukur. Penelitian terdahulu diharapkan memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan adanya relevansi tersebut, peneliti bisa melihat perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitiannya sendiri. Peneliti juga dapat melakukan saran dari peneliti terdahulu guna mengisi celah penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan tiga penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu **pertama** berjudul “*Image Versus Text: How Newspaper Reports Affect Evaluations of Political Candidates*” ditulis oleh Hajo G. Boomgaarden, Mark Boukes, dan Aurora Iorgoveanu. Artikel jurnal ini dimuat di *International Journal of Communication* pada Juni 2016. Penelitian yang dilakukan di Eropa ini bertujuan untuk menyelidiki dampak berita teks dan visual dalam menilai politisi (Boomgaarden, Boukes, & Iorgoveanu, 2016, p. 2529).

Politik jurnalisme kini mulai memasukkan tren-tren di masa kini. Mereka menggunakan gaya yang lebih personal, semakin fokus pada kandidat dan sifat mereka dibandingkan partai yang dianut atau kebijakan yang mereka tetapkan. Salah satu teknik kampanye politik masa kini adalah melalui artikel dan foto-foto para kandidat yang disebar di media sosial. Sebuah media juga tidak luput dari subjektivitas terhadap kandidat tertentu, kemudian cenderung selalu menyebarkan berita-berita baik tentang kandidat tersebut.

Peneliti menuliskan bahwa liputan berita, termasuk informasi secara teks dan visual, merupakan penentu penting keberhasilan pemilihan kandidat politik. Namun, hanya sedikit penelitian sebelumnya yang meneliti tentang bagaimana visual dan teks memengaruhi pemilihan politik tersebut. Untuk itulah para peneliti menyusun penelitiannya guna melihat efek visual versus informasi tekstual terkait pemilih kandidat politik.

Terdapat tiga dimensi yang akan diukur dalam penelitian tersebut, yaitu pengaruh visual dan teks pada penilaian kandidat, lalu efek kesesuaian teks dan visual, dan terakhir adalah efek visual untuk kandidat pria versus wanita. Dalam masing-masing dimensi terdapat dua asumsi yang saling bertentangan. Asumsi pertama pada dimensi pengaruh visual dan teks pada penilaian kandidat adalah H1a, yaitu kandidat yang ditunjukkan memiliki citra yang baik akan dinilai positif secara kompetensi dibandingkan kandidat yang tidak menunjukkan citra yang baik.

Masih dari dimensi yang sama, asumsi kedua adalah H1b, yaitu kandidat yang ditunjukkan memiliki citra yang baik akan dinilai positif secara integritas dibandingkan kandidat yang tidak menunjukkan citra yang baik. Selanjutnya, pada dimensi kedua, yaitu efek kesesuaian teks dan visual. Asumsi pertama adalah H2a, yaitu pengaruh citra pada penilaian integritas kandidat secara signifikan lebih kuat daripada informasi lisan. Sementara pada H2b diasumsikan bahwa pengaruh citra pada penilaian integritas kandidat secara signifikan kurang kuat daripada informasi verbal.

Dimensi kedua memiliki total empat asumsi. Kedua asumsi lainnya adalah H3a, yaitu kesesuaian yang disukai atau tidak disukai dalam teks dan gambar menyebabkan efek yang lebih kuat secara signifikan pada penilaian kandidat, dibandingkan kombinasi yang tidak sesuai. Asumsi terakhir, yaitu H3b adalah ketika kesukaan dalam teks dan gambar tidak selaras, gambar akan menghasilkan efek yang jauh lebih kuat. Sementara asumsi untuk dimensi ketiga adalah apakah ada perbedaan penilaian antara kandidat perempuan dan laki-laki.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan model eksperimen dan dilakukan di Belanda. Variabel yang dibandingkan adalah gender, politikus perempuan versus laki-laki, lalu berita yang bernada baik versus berita yang bernada tidak baik, dan yang terakhir foto politikus yang menggambarkan kewibawaan versus foto politikus yang tidak menggambarkan kewibawaan. Peneliti memasukkan partisipan ke dalam kelompok eksperimen secara acak.

Total partisipan yang didapat peneliti adalah sejumlah 296 orang dan semuanya adalah mahasiswa komunikasi di salah satu universitas di Belanda. Rentang usia mereka adalah 17 hingga 27 tahun, dengan partisipan perempuan yang

mendominasi yaitu sebanyak 78,6 persen. Setelah partisipan menerima perlakuan berupa sebuah artikel terkait seorang politikus, mereka dihadapkan dengan tujuh pertanyaan kuesioner. Peneliti menyusun kuesioner tersebut dengan tipe skala Likert. Delapan pertanyaan yang ada dalam kuesioner tersebut menyangkut delapan item, yaitu a) kompetensi, b) pengalaman, c) korupsi, d) tekad, e) keadilan, f) rasa tanggung jawab, g) kejujuran, dan h) keramahan.

Teknik analisis data yang dipilih peneliti adalah *multivariate analysis of variance* atau MANOVA. Dengan uji statistik MANOVA tersebut akan diuji keenam hipotesis yang telah dipaparkan. Model faktorial penuh digunakan, yang berarti bahwa interaksi dua arah dan tiga arah antara variabel tetap diuji dan dikendalikan.

Kesimpulan yang didapat dari penelitian milik Boomgaarden, Boukes, dan Iorgoveanu ini adalah bahwa visual memang berperan penting untuk pemilihan kandidat politik. Ditambah lagi dengan artikel baik dan tidak baik akan membentuk persepsi publik terhadap kandidat tersebut. Setelah persepsi publik terbentuk, mereka dapat menentukan kandidat politik mana yang akan mereka pilih. Hal tersebut termasuk dalam pengaruh perbedaan format berita terhadap aspek konatif (perilaku) para pemilih.

Relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan adalah kesamaan melihat sikap subjek penelitian terhadap berita visual dan berita teks. Selain itu, penelitian milik Boomgaarden, Boukes, dan Iorgoveanu ini juga memberikan pengetahuan baru pada peneliti berupa dampak berita visual dan berita teks bagi aspek konatif (perilaku) subjek penelitian. Sementara itu, dalam penelitian ini akan melihat dampak format berita yang berbeda dalam aspek audiens.

Penelitian terdahulu **kedua** berjudul "Penerapan Model Pembelajaran *Visual, Auditory, Kinesthetic* Berbantuan Media Gambar untuk Meningkatkan Kemampuan Kognitif Konsep Bilangan". Artikel jurnal ini ditulis oleh Kadek Yuli Antari, I Ketut Adyana Putra, Ida Bagus Gede Surya Abadi dan berhasil tayang di e-Journal Pendidikan Anak Usia Dini Universitas Pendidikan Ganesha pada 2016.

Dalam artikel jurnal kedua ini, diterapkan model pembelajaran *visual auditory kinesthetic* (VAK) berbantuan media gambar pada subjek penelitian.

Nantinya, para peneliti tersebut ingin melihat apakah terdapat peningkatan kemampuan kognitif dalam konsep bilangan pada setiap subjek penelitian tersebut (Antari, Putra, & Abadi, 2016).

Kemampuan kognitif merupakan salah satu aspek pendukung tumbuh kembang anak karena berperan dalam menentukan tingkat kecerdasan anak. Dalam kehidupan bersosial, kemampuan kognitif dapat membantu anak memahami peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Sementara dalam bidang akademis, anak dapat lebih memahami materi di sekolah, salah satunya adalah memahami konsep bilangan.

Penelitian milik Antari, Putra, dan Abadi ini fokus pada anak-anak berusia di bawah 6 tahun, atau setara pendidikan TK (Taman Kanak-Kanak) dan PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini). Untuk mengembangkan kemampuan kognitif pada anak, guru di sekolah diharapkan memiliki kualitas mendidik yang baik. Guru dengan kemampuan tersebut dapat membantu mengoptimalkan kemampuan kognitif anak di sekolah. Sementara di rumah dan lingkungan keluarga, peran dan kontribusi orang tua sangat penting dalam hal ini.

Di sekolah, tentu anak belajar bersama anak-anak lainnya dalam sebuah ruang kelas. Untuk itu, guru harus menyiapkan model pembelajaran yang efektif bagi setiap anak. Salah satu model pembelajaran tersebut adalah *visual auditory kinesthetic* (VAK). Artinya, guru mendorong murid untuk belajar dalam tiga teknik, pertama adalah visual, yaitu fokus pada apa yang dilihat. Auditori, yaitu belajar dengan mengandalkan pendengaran. Terakhir, kinestetik, yaitu gaya belajar yang melibatkan gerakan.

Melalui model pembelajaran VAK, guru dapat mengombinasikan ketiga teknik tersebut dan tidak terpaku pada satu teknik saja. Model pembelajaran ini dinilai lebih efektif karena melibatkan tiga indera tubuh, sehingga asumsinya para murid menyerap lebih banyak pengetahuan. Asumsi tersebut yang akan dibuktikan melalui metode penghitungan statistika.

Salah satu kemampuan dasar anak di usia awal sekolah adalah membaca, menulis, menghitung. Tidak hanya di sekolah, membaca bilangan juga dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari anak. Biasanya anak akan mencoba mengenali angka-

angka dari 1 sampai 10, menunjuk angka-angka tersebut, atau menghitung banyaknya benda. Kepekaan anak akan bilangan sederhana menjadi bekal kemampuan matematika di tingkat pendidikan selanjutnya, yaitu SD (Sekolah Dasar).

Dalam melakukan penelitiannya, peneliti mengambil 25 sampel, yaitu 16 anak laki-laki dan 9 anak perempuan tingkat B1 di TK Dharma Praja Denpasar Tahun Ajaran 2015/2016. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode deskriptif kuantitatif. Sementara itu, teknik penelitian yang diterapkan adalah observasi, sehingga guru memberi penilaian terhadap perkembangan kognitif setiap murid.

Guru memberikan nilai bintang lima kepada murid yang kemampuan kognitifnya berkembang sangat baik, bintang tiga untuk murid yang berkembang sesuai harapan, bintang dua untuk murid yang mulai berkembang, dan bintang satu untuk murid yang belum berkembang kemampuan kognitifnya. Penilaian ini berlangsung selama satu bulan, yaitu sejak 4 April hingga 30 April 2016.

Semua hasil penilaian tersebut kemudian dibandingkan berdasarkan hasil mean (Me), median (M), modus (Mo) untuk memperoleh hasil dan kesimpulan penelitian. Setelah dihitung, hasil yang didapat menunjukkan nilai modus sebesar 77,8, nilai median sebesar 78,04, dan nilai mean sebesar 78,16. Berdasarkan visualisasi di grafik polygon, hasilnya memperlihatkan juling positif.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil tersebut adalah bahwa peningkatan kognitif konsep bilangan pada murid B1 di TK Dharma Praja Denpasar Tahun Ajaran 2015/2016 masih cenderung rendah. Namun, hasil tersebut hanya menyimpulkan siklus pertama penelitian. Melihat adanya cacat dalam proses penelitian tersebut, yaitu adanya lima anak yang pasif dalam kegiatan belajar, maka peneliti melakukan kembali penelitian tersebut dan dinamai sebagai siklus kedua.

Pada siklus kedua, metode dan teknik penelitian yang diterapkan sama persis dengan siklus pertama. Hasilnya menunjukkan nilai modus sebesar 86,07, median sebesar 86,5, dan mean sebesar 85,5. Artinya, peningkatan kognitif konsep bilangan pada murid B1 di TK Dharma Praja Denpasar Tahun Ajaran 2015/2016

cenderung tinggi. Peningkatan rata-rata persentasi sebanyak sebanyak 7,34 persen ini dapat tercapai dari perbaikan yang dilakukan dari siklus pertama ke siklus kedua.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan diterapkannya penerapan model belajar *visual, auditory, kinesthetic* dengan bantuan media gambar dapat meningkatkan kemampuan kognitif anak dalam konsep bilangan. Hal tersebut dikarenakan aktivitas-aktivitas yang diberikan guru membuat anak murid tertarik untuk mengikuti kegiatan belajar dengan sungguh-sungguh.

Relevansi penelitian milik Antari, Putra, dan Abadi dengan penelitian ini adalah aspek yang diteliti pada subjek penelitian, yaitu aspek kognitif. Kedua penelitian ini sama-sama melihat ada atau tidaknya perkembangan aspek kognitif pada subjek penelitian jika mereka diberi perlakuan khusus. Bedanya, dalam penelitian ini ingin diketahui apakah format berita yang berbeda, yaitu berita teks dan berita video, dapat memengaruhi aspek kognitif audiens pada dimensi pengetahuan.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	Hajo G. Boomgaarden, Mark Boukes, & Aurora Iorgoveanu (2016)	<i>Image Versus Text: How Newspaper Reports Affect Evaluations of Political Candidates</i>	Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan antara berita visual dan teks dalam konteks pemilihan calon kandidat politik. Artinya, kedua format berita yang berbeda tersebut memengaruhi aspek kognitif (perilaku) subjek penelitian dalam memilih pemimpin politiknya.	Relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan adalah kesamaan melihat sikap subjek penelitian terhadap berita visual dan berita teks. Selain itu, penelitian

				<p>milik Boomgaarden, Boukes, dan Iorgoveanu ini juga memberikan pengetahuan baru pada peneliti berupa dampak berita visual dan berita teks bagi aspek konatif (perilaku) subjek penelitian.</p>
2.	<p>Kadek Yuli Antari, I Ketut Adnyana Putra, Ida Bagus Gede Surya Abadi (2016)</p>	<p>Penerapan Model Pembelajaran <i>Visual, Auditory, Kinesthetic</i> Berbantuan Media Gambar untuk Meningkatkan Kemampuan Konsep Bilangan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan diterapkannya penerapan model belajar <i>visual, auditory, kinesthetic</i> dengan bantuan media gambar dapat meningkatkan kemampuan kognitif anak dalam konsep bilangan.</p>	<p>Relevansi dengan penelitian ini adalah aspek yang diteliti pada subjek penelitian, yaitu aspek kognitif. Kedua penelitian ini sama-sama melihat ada atau tidaknya perkembangan aspek kognitif pada subjek</p>

				penelitian jika mereka diberi perlakuan khusus.
--	--	--	--	---

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

2.2 TEORI DAN KONSEP

2.2.1 Teori Efek Media

Selama ratusan tahun, media dipercaya memberikan efek kepada audiens. Teori efek media kerap disebut sebagai payung bagi beberapa teori lainnya terkait dampak media terhadap audiens (Littlejohn & Foss, 2009, p. 632). Beberapa teori dalam komunikasi massa yang termasuk dalam teori efek media adalah teori *framing*, *agenda-setting*, dan *uses and gratifications*.

Meskipun memiliki beberapa teori di bawahnya, tetapi teori efek media secara umum menjelaskan bagaimana media massa memengaruhi sikap dan persepsi audiens (McQuail, 2010). Sesuai dengan definisinya, teori ini mengasumsikan adanya efek yang diberikan media terhadap audiensnya. Namun, sebuah penelitian oleh Jack M. McLeod dan Byron Reeves mengungkapkan bahwa tidak ada jawaban sederhana untuk pertanyaan apakah media memengaruhi audines (Littlejohn & Foss, 2009, p. 634).

McQuail (2010) menganggap bahwa teori efek media lahir dari apa yang telah dilakukan oleh media massa, baik sengaja maupun tidak sengaja. Ungkapan 'efek media' juga mengarah pada pengertian bahwa media berada di posisi dominan atau memiliki kekuatan untuk memengaruhi audiens. Dalam teori ini, media dianggap kerap menyiratkan sebuah pesan yang sudah direncanakan demi mencapai suatu tujuan atau kepentingan.

Teori efek media mulai berkembang pada awal 1900-an, ketika manusia mulai mengenal media, seperti radio dan film. Pada masa itu, tentu teori ini melewati beberapa fase perkembangan dan tidak langsung sempurna. McQuail (2010) merangkum keempat fase perkembangan tersebut. Diawali dengan asumsi bahwa media memiliki kekuatan untuk memengaruhi audiens. Kemudian, fase pertama dilanjutkan dengan fase kedua, yaitu penelitian terhadap asumsi tersebut.

Hasil temuan dari penelitian tersebut menyatakan bahwa memang benar media memiliki kekuatan untuk memengaruhi audiens. Berangkat dari sana, peneliti terus menemukan hasil penelitian baru lainnya yang kemudian memperkuat teori ini. Terakhir, pada fase keempat terjadi negosiasi terhadap pengaruh media. Situasi ini terjadi pada akhir 1970-an, di mana audiens sudah cukup kritis untuk memahami apa yang media berikan kepadanya. Sehingga, dalam fase ini audiens dianggap sudah mengerti haknya untuk memilih konten media yang dikonsumsinya.

Seiring dengan berjalannya waktu, keempat fase tersebut dinilai masih terlalu sederhana dan butuh perbaruan. Perse (dalam McQuail, 2010) menyatakan empat model teori efek media. Pertama, efek langsung, yaitu dampak yang dihasilkan oleh media dapat langsung diobservasi. Kedua, efek bersyarat, yaitu dampak yang terjadi pada aspek kognitif, afektif, dan behavioral individu.

Ketiga, efek kumulatif, yaitu dampak yang dihasilkan tergantung dengan paparan kumulatif. Keempat dan yang terakhir, efek kognitif-transaksional, yaitu dampak tersebut hanya memengaruhi aspek kognitif dan afektif saja, kemungkinan kecil juga memengaruhi behavioral. Keempat model tersebut menyimpulkan bahwa efek yang media hasilkan pada tiap individu bisa jadi berbeda-beda, tergantung dari aspek kognitif, afektif, dan behavioral individu itu sendiri.

Salah satu aspek yang paling luas dalam penelitian tentang efek adalah keragaman dan kompleksitas fenomena yang terlibat. Dalam teori efek media, terdapat tiga efek utama yang sering disoroti adalah efek

kognitif, afektif, dan perilaku atau behavioral (McQuail, 2010). Efek kognitif berkaitan dengan pengetahuan, pendapat, dan daya ingat audies. Lalu, efek afektif berkaitan dengan sikap dan perasaan. Terakhir, efek behavioral berkaitan dengan perilaku audiens.

Ketiga efek tersebut pada mulanya dilihat sebagai urutan logis sebagai peningkatan signifikan yang tersirat, di mana efek behavioral berdampak lebih signifikan dibandingkan efek kognitif. Namun, di masa kini urutan tersebut tidak lagi berlaku. Dalam kenyataannya, tidak mudah lagi untuk mempertahankan perbedaan ketiga efek tersebut, atau mana yang lebih signifikannya dari jenis efek lainnya.

Dalam penelitian Jack M. McLeod dan Byron Reeves yang telah dipaparkan di atas, kedua peneliti membagi analisisnya ke dalam beberapa kelompok, seperti perubahan sikap lawan perubahan perilaku lawan perubahan kognitif. Kesimpulannya adalah bahwa pengaruh media terhadap audiens tergantung pada jenis efek yang dekat dengan individu sendiri. Adanya penelitian ini membuat konseptualisasi teori efek media lebih kompleks dan menarik dari sebelumnya (Littlejohn & Foss, 2009, p. 634).

Paparan mengenai teori efek media menjadi landasan penelitian ini karena kesesuaian konsep, definisi, dan asumsinya. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyorot tentang efek kognitif dalam teori efek media, khususnya pada dimensi pengetahuan. Melalui penelitian ini, akan dilihat bagaimana bentuk berita yang berbeda berdampak pada pengetahuan audiens. Hal yang ditekankan adalah mana bentuk berita yang lebih berdampak bagi kemampuan memahami dan mengingat audiens.

2.2.2 Berita

Berita adalah “informasi yang sifatnya fakta yang sedang terjadi maupun sudah terjadi dan disampaikan melalui perantara media, baik itu media elektronik maupun media cetak” (Romli dalam Asripilyadi, 2021, 2). Meski dalam definisinya berita merupakan informasi, tetapi berita tidak sama dengan informasi pada umumnya. Sebuah informasi tanpa klarifikasi

bisa saja hoaks atau hanya omong kosong belaka. Sementara berita menyebarkan informasi yang sudah teruji aktualitasnya.

Aktualitas menjadi satu dari 10 nilai berita yang patut menjadi pedoman bagi jurnalis dalam membuat berita. Galtung dan Ruge (dalam Santana, 2017, p. 104) menyebutkan 10 nilai tersebut adalah *immediacy* (kelangsungan), *proximity* (kedekatan), *consequence* (konsekuensi), *oddity* (keanehan), *conflict* (konflik), *sex* (seks), *emotion* (emosi), *prominence* (menonjol), *suspense* (ketegangan), dan *progress* (kemajuan).

Sebuah informasi yang mengandung nilai berita tentunya membedakannya dengan informasi biasa. Dalam membuat berita, jurnalis harus memastikan unsur 5W + 1H juga terkandung di dalamnya. 5W + 1H adalah singkatan untuk *what* (apa), *who* (siapa), *where* (di mana), *when* (kapan), *why* (mengapa), *how* (bagaimana). Namun, tidak semua jenis berita membutuhkan keenam unsur tersebut, tergantung dari jenis berita itu sendiri.

Dalam dunia jurnalistik, terdapat dua bentuk tulisan berita, yaitu *straight news* atau berita langsung, dan *feature* atau berkisah (RN & Harun, 2018, p. 62). *Straight news* merupakan berita yang menyampaikan peristiwa terbaru dengan gaya penulisan yang lugas dan ringkas. Unsur berita *what*, *who*, *where*, dan *when* harus ditonjolkan dalam pengemasan berita *straight news*.

Berbanding terbalik dengan *straight news*, berita *feature* lebih membawa berita tersebut dengan cara berkisah atau disebut juga sebagai gaya bahasa sastra (RN & Harun, 2018, p. 69). Berita jenis ini umumnya lebih digemari audiens karena mengangkat kisah yang dekat dengan kehidupan manusia, sehingga mampu memainkan emosi audiens juga. Berita *feature* membuka kreativitas jurnalis dalam menyusun kata demi kata. Dalam penulisannya, berita *feature* lebih menonjolkan unsur *why* dan *how*.

Dalam proses penyampaiannya, terdapat beberapa jenis format berita. Umumnya, format berita ini menyesuaikan dengan media yang jenis

media yang digunakan pula. Misalnya, melalui radio berita yang disampaikan berupa audio, lalu melalui situs berita *online* berita yang disampaikan dapat berupa teks ataupun visual. Berita yang disampaikan melalui televisi dapat bersifat kombinasi dari audio, visual, dan teks. Kombinasi ini disebut juga sebagai multimedia.

Dalam penelitian ini, akan digunakan perbandingan antara dua format berita, yaitu berita teks dan berita video. Menurut McQuail (2010), pengertian teks dibagi menjadi dua, yaitu teks yang berada di produk cetak, seperti dokumen dan catatan. Fiske (dalam McQuail, 2010) juga mengatakan bentuk alternatif dari teks yaitu sebagai hasil interaksi antara media dengan audiens. Fiske memberi contoh misalnya program televisi dapat menghasilkan pemahaman atau makna yang berbeda antarindividu.

Jelas bahwa berita teks hanya ditampilkan melalui tulisan. Dengan tidak adanya penyampaian secara lisan, maka akan mengakibatkan adanya perbedaan pemaknaan di antara audiens. Fiske (dalam McQuail, 2010) berpendapat bahwa berita teks bersifat polisemik, yaitu memiliki banyak makna alternatif bagi pembacanya. Sifat polisemik ini tidak selamanya buruk. Justru semakin banyak makna yang berkembang, semakin besar pula peluang untuk menarik audiens dari latar belakang sosial yang berbeda.

Teks secara umum dibentuk dari banyak pengodean, seperti berpakaian, penampilan fisik, kelas sosial, agama, etnis, dan masih banyak lagi. Seorang pembaca berita teks dapat menggabungkan makna yang didapatnya dengan pengalaman pribadinya. Fiske (dalam McQuail, 2010) mengatakan bahwa hal ini termasuk dalam intertekstualitas, yaitu ketika sebuah berita teks memiliki hubungan tertentu dengan unsur lain, seperti ide, peristiwa, dan gagasan.

Format berita lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah berita video. Secara harfiah, berita video disampaikan dalam bentuk audio dan visual, sehingga audiens dapat melihat visual yang bergerak sekaligus mendengarkan suara. Berita dalam format ini mulai berkembang semenjak dimulainya jurnalisme digital. Media yang memproduksi berita video

umumnya mengunggah berita tersebut di platform digital, seperti YouTube atau Instagram, dan Facebook.

Video berita dibuat untuk beberapa tujuan. Pertama, menyampaikan sebuah berita secara langsung di tempat kejadian. Kedua, video berita juga dapat memaparkan berita yang dikemas secara *feature* atau bercerita. Berita video yang dikemas dengan gaya berkisah tersebut umumnya dikenal sebagai dokumenter (Gifreu-Castells, 2011). Berita yang menampilkan peristiwa secara langsung umumnya disiarkan di stasiun berita televisi.

Dengan menghadirkan visual dan audio, berita yang disampaikan melalui format video lebih mudah dipahami oleh audiens. Hal tersebut menjadi salah satu kelebihan berita video. Pesan yang disampaikan melalui berita video dapat tersampaikan dengan lebih jelas dan mempersempit ruang untuk terjadinya mispersepsi, seperti yang mungkin terjadi dalam berita teks. Layaknya teks, berita dalam format video juga harus mengandung 5W + 1H di dalamnya untuk menunjang aktualitas berita di dalamnya.

Reuters Institute melakukan riset pada 26 negara tentang konsumsi berita video selama 2014 hingga 2016. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah konsumsi berita video setiap tahunnya (Reuters Institute, 2016 p. 11). Temuan tersebut juga mengatakan bahwa terdapat enam negara yang memilih menonton video tersebut di situs berita, tetapi empat di antaranya lebih memilih menontonnya melalui media sosial (Reuters Institute, 2016 p. 13).

2.2.3 Taksonomi Bloom

Awalnya, konsep taksonomi bloom bukan diciptakan untuk penelitian di ruang lingkup ilmu komunikasi. Konsep ini sejak awal digunakan untuk bidang pendidikan, seperti membantu peneliti memperoleh perspektif tentang penekanan yang diberikan pada perilaku tertentu oleh serangkaian rencana pendidikan tertentu (Bloom, 1956, p. 2)

Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan jika konsep taksonomi bloom digunakan di bidang ilmu pengetahuan lain, salah satunya ilmu komunikasi. Pada dasarnya, konsep taksonomi bloom menyebutkan tiga domain utama, yaitu adalah kognitif, afektif, dan psikomotor (Bloom, 1956, p. 7).

Domain kognitif erat hubungannya dengan kemampuan mengingat dan pengetahuan seseorang. Domain kognitif dinilai lebih menonjol dibandingkan kedua domain lainnya karena paling banyak digunakan untuk tes pengembangan (Bloom, 1956, p. 7). Dalam penelitian ini juga akan fokus yang dibangun adalah pada domain kognitif.

Sementara itu, domain afektif mencakup soal perasaan dan emosi seseorang sebagai manusia. Sayangnya, penelitian pada domain afektif cukup jarang dilakukan karena sulitnya menilai perasaan yang tampak pada seseorang (Bloom, 1956, p. 7). Bisa jadi ada perasaan dan emosi terselubung yang tidak dapat diketahui peneliti.

Domain terakhir, yaitu psikomotor, fokus pada ranah yang berkaitan dengan perilaku dan tindakan seseorang. Misalnya saja, ketika seorang peneliti ingin melihat perilaku yang timbul pada seorang individu setelah mendapat paparan berita yang sama dalam jangka waktu tertentu. Pengerjaan penelitian dalam domain ini biasanya membutuhkan waktu yang cenderung panjang dibandingkan dua domain sebelumnya (Bloom, 1956, p. 7).

Dalam penelitian ini dilakukan penelitian pada domain kognitif. Domain kognitif sendiri memiliki enam dimensi, yaitu pengetahuan (*knowledge*), pemahaman (*comprehension*), penerapan (*application*), analisis (*analysis*), sintesis (*synthesis*), dan evaluasi (*evaluation*) (Bloom, 1956, pp. 62-185). Hanya saja, penelitian ini fokus pada dimensi yang paling dasar, yaitu dimensi pengetahuan. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini fokus pada pengetahuan responden ketika diberikan berita dua bentuk berita yang berbeda.

2.2.4 Generasi Milenial

Dalam kehidupan manusia di dunia, terdapat setidaknya enam generasi. Generasi tradisional, generasi baby boomers, generasi x, generasi milenial, generasi z, dan generasi alpha. Dari keenam generasi tersebut, penelitian ini memilih generasi milenial sebagai subjek penelitian. Straus dan Howe (dalam Faiza, et al., 2018, p. 1) mendefinisikan generasi milenial sebagai generasi yang kehidupannya berjalan seiring dengan pertumbuhan teknologi yang cepat. Generasi ini dinilai mudah beradaptasi dan berjalan berdampingan dengan teknologi digital.

Generasi milenial lahir di tahun 1981-1996. Jika dihitung dari tahun 2021, maka usia generasi milenial adalah 25-40 tahun. Hal ini pula yang menjadikan kata 'generasi milenial' sering digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang bersifat modern karena kehidupannya yang tidak lepas dari kemajuan teknologi. Perkembangan handphone, dimulainya televisi berwarna di Indonesia, dan teknologi digital lainnya membuat generasi ini dianggap lebih spesial dibanding generasi-generasi sebelumnya.

Gambar 2.1 Data Generasi Milenial DKI Jakarta

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi DKI Jakarta, 2020
Population by Age Group and Sex in DKI Jakarta Province, 2020

Kelompok Umur Age Groups	Jenis Kelamin/Sex		
	Laki-Laki / Man	Perempuan / Woman	Jumlah / Total
1	2	3	4
0-4	341 196	319 822	661 018
5-9	461 099	432 664	893 762
10-14	450 271	424 594	874 865
15-19	424 040	401 788	825 828
20-24	417 744	400 325	818 069
25-29	418 669	416 968	835 638
30-34	434 102	427 007	861 109
35-39	490 160	484 197	974 357
40-44	458 286	455 099	913 386
45-49	406 222	393 122	799 344
50-54	344 192	326 379	670 571
55-59	261 019	265 384	526 403
60-64	182 138	195 498	377 636
65-69	120 158	127 700	247 857
70-74	65 744	76 871	142 616
75+	59 741	79 889	139 629
DKI Jakarta	5 334 781	5 227 307	10 562 088

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Data dari Badan Pusat Statistik (2021) menunjukkan bahwa per 2020, terdapat sebanyak 2,671,104 generasi milenial di DKI Jakarta. Mereka berada di rentang usia 25-39 tahun. Penelitian ini menggunakan generasi milenial DKI Jakarta sebagai populasi karena Pemimpin Redaksi *Kompas.com*, Wisnu Nugroho, mengatakan bahwa bahwa pembaca *Kompas.com* didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z selama satu tahun ke belakang (Kasih, 2020, para. 18).

Wisnu Nugroho juga memaparkan bahwa kesehatan adalah topik yang paling diminati oleh generasi milenial pembaca *Kompas.com*, yaitu sebanyak 31 persen. Sementara itu, gaya hidup adalah topik yang paling sedikit diminati, yaitu dengan nilai empat persen. Hal ini tidak mengherankan karena salah satu kebiasaan generasi milenial adalah mereka menerima berita harian melalui ponsel pintar (*smartphone*) mereka (Kasih, 2020, para. 6).

2.3 HIPOTESIS TEORITIS

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban awal dalam memecahkan masalah penelitian tersebut, sebelum akhirnya ditemukan jawaban sesungguhnya dari hasil penelitian yang diperoleh (Wagiran, 2014, p. 94). Hipotesis pada penelitian ini adalah:

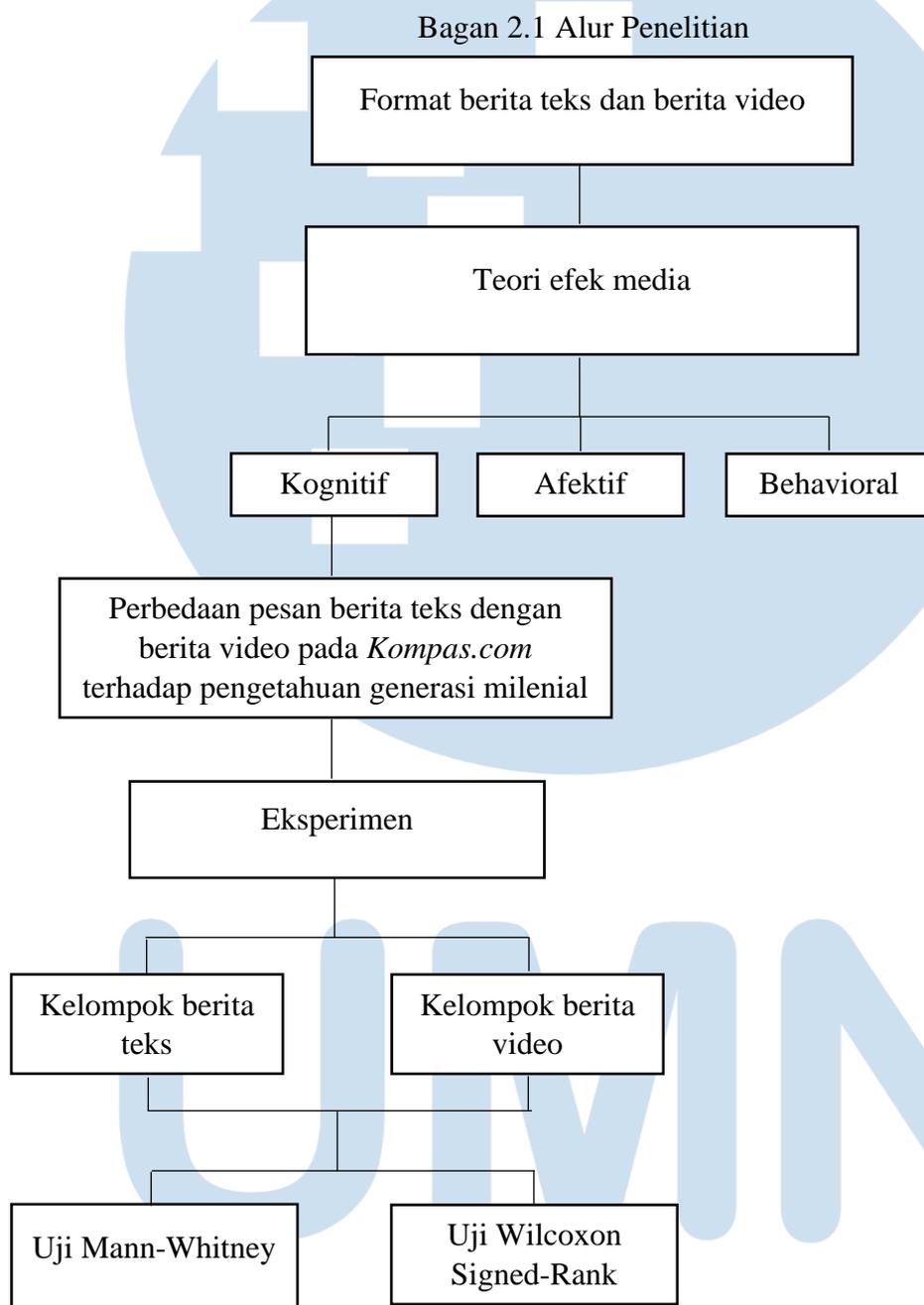
H_{01} = Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah perlakuan terhadap pengetahuan generasi milenial DKI Jakarta

H_{a1} = Terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah perlakuan terhadap pengetahuan generasi milenial DKI Jakarta

H_{02} = Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pesan berita teks dengan berita video terhadap pengetahuan generasi milenial DKI Jakarta

H_{a2} = Terdapat perbedaan yang signifikan antara pesan berita teks dengan berita video terhadap pengetahuan generasi milenial DKI Jakarta

2.4 ALUR PENELITIAN



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021