

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Karya Terdahulu

Dalam membuat sebuah karya, penulis membutuhkan referensi karya sejenis. Tinjauan karya sejenis ini dibuat untuk mencari kebaruan dan mengembangkan sesuatu yang lebih dari karya sebelumnya.

2.1.1 Visual Interaktif Kompas (VIK)



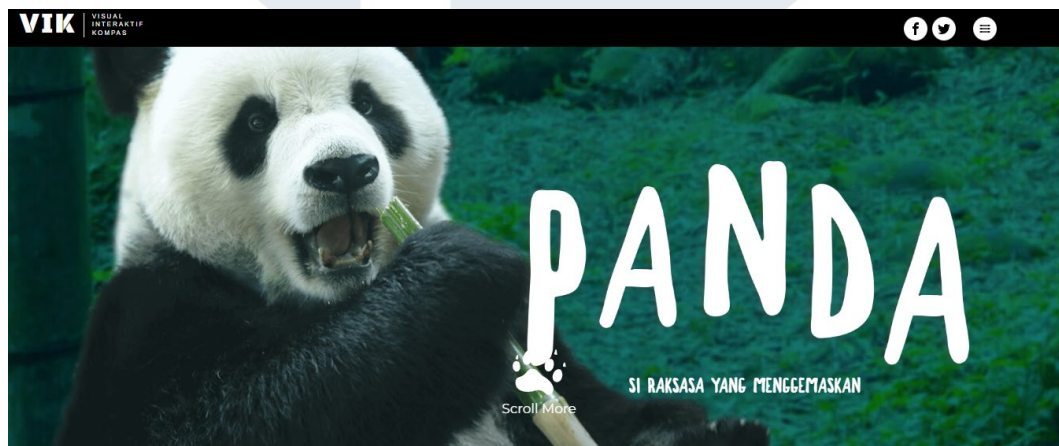
Gambar 2.1 Salah satu produk Visual Interaktif Kompas (VIK)

Visual Interaktif Kompas (VIK) merupakan laman multimedia interaktif milik Kompas. Tinjauan sejenis yang digunakan dalam karya ini berjudul “Petualangan ke Hutan Sagu Sungai Tohor”. Laman interaktif ini menyajikan berbagai konten mulai dari foto, tulisan, grafik, dan tulisan yang dikemas dengan menarik mengenai warga Sungai Tohor, Kabupaten Kepulauan Meranti, Provinsi Riau. Warga setempat memanen sagu dari hutan gambut yang kemudian diolah menjadi bahan pangan.

Materi pada “Petualangan ke Hutan Sagu Sungai Tohor” ini sangat lengkap dan komprehensif. Konsep yang diusung pada laman interaktif ini

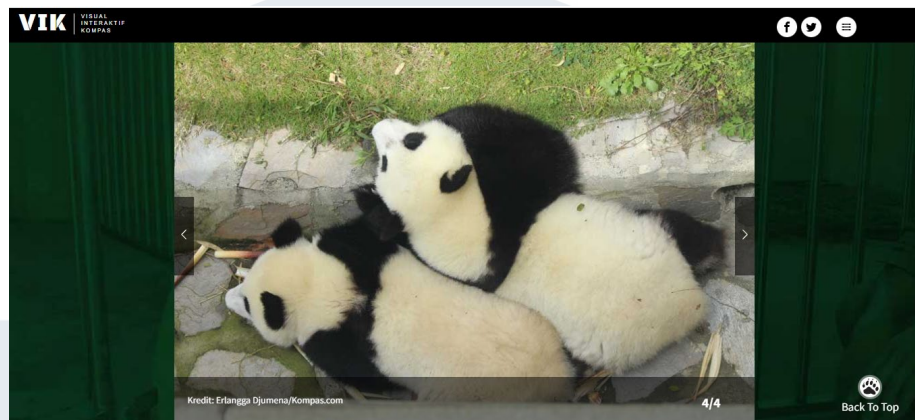
adalah petualangan sehingga audiens seolah ikut mengikuti perjalanan ke Sungai Tohor. Setiap foto juga dilengkapi dengan takarir, lalu dilengkapi dengan narasi panjang yang lebih lengkap soal keadaan di sana. Keberadaan video juga menjadi pelengkap yang sangat apik sehingga audiens semakin terasa terlibat dalam lingkungan di area Sungai Tohor dan mendapatkan pengalaman yang berbeda jika dibandingkan hanya sekedar membaca tulisan. Karya ini menjadi pedoman utama bagi penulis untuk membuat suatu karya yang tidak hanya mengedukasi, tetapi menarik untuk terus dibaca bagi audiensnya.

Karya VIK kedua yang membuat penulis terinspirasi adalah seri “Panda, Si Raksasa yang Menggemaskan”. Karya interaktif yang menjelaskan informasi seputar Panda dan asal-usulnya relatif sederhana dan mudah untuk dinavigasikan.



Gambar 2.2 Salah satu karya VIK

Salah satu konsep interaktif yang penulis sukai adalah fitur ‘slider’ yang memungkinkan penulis mengonsumsi informasi secara horizontal dengan melakukan ‘klik’. Tidak hanya informasi tulisan, ada beberapa foto yang turut menggunakan fitur ini sehingga lebih mudah untuk dikonsumsi.



Gambar 2.3 Fitur 'slider' di karya VIK

Karya ini juga menggunakan banyak foto dan ilustrasi sehingga konten menyenangkan untuk dibaca. Informasi dalam karya ini juga dibagi ke dalam beberapa bagian-bagian pendek, diselingi dengan infografis dan elemen multimedia lain, sehingga pembaca tidak kebingungan dan dapat membaca artikel secara sistematis tanpa merasa kewalahan.

2.1.2 FOKUS ULTIMAGZ



Gambar 2.4 Salah satu produk laman interaktif multimedia ULTIMAGZ, FOKUS

Salah satu media kampus Universitas Multimedia Nusantara, ULTIMAGZ, juga turut memiliki laman interaktif multimedia yang dinamakan FOKUS. Contoh tangkapan layar di atas adalah salah satu produk FOKUS yang berjudul “Satu Tahun Kuliah Daring”. Setidaknya dalam satu tahun ajaran, ULTIMAGZ memproduksi satu FOKUS dengan tema yang berbeda-beda tergantung dari isu yang sangat hangat pada masa itu.

FOKUS ULTIMAGZ juga melibatkan kombinasi yang seimbang antara video, audio, narasi, dan grafis. Materi disajikan dengan apik dan dibalut dengan palet warna yang menarik perhatian mata. penulis menyadari bahwa pilihan warna sangat penting dalam membuat laman interaktif multimedia, sebab semakin menarik keinginan untuk berinteraksi (dengan laman tersebut).

2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

2.2.1 Jurnalistik Sastrawi

Praktik jurnalistik sastrawi atau jurnalisme sastra awalnya muncul di Amerika Serikat pada sekitar tahun 1960-an akibat para wartawan yang tengah jenuh dengan alur kerja yang monoton. Saat itu juga penulisan novel tengah tren, juga terdapat keinginan untuk bersaing dengan media berbentuk audio visual dan siaran televisi yang relative disiarkan dengan lebih cepat.

Wartawan *The New Yorker* sekaligus pengajar Universitas Havard Robert Vare menjadi perumus dari prinsip jurnalistik sastrawi. Vare menyatakan bahwa meski ‘sastra’, setiap detail yang dituliskan harus berupa fakta.

Ratnasari (2017) mengungkapkan bahwa jurnalistik sastrawi bukan sekedar penulisan laporan faktual dengan bahasa puitis atau estetik, melainkan di mana segenap dimensi estetik sastra menyusup ke dalam penulisan laporan jurnalisme. Dimensi estetik tersebut direpresentasikan

dari wujudnya yang meliputi: penggunaan gaya bahasa, berbagai elemen, dan teknik penulisan yang biasanya lebih umum dijumpai di dalam karya sastra, seperti cerita pendek, novel, atau puisi.

Sementara itu, Kramer (1995) menjelaskan jurnalistik sastrawi dalam beberapa poin di bawah ini.

1. Jurnalis sastrawi terlibat dalam dunia subjek dan riset terkait latar belakang (*immersive*).
2. Jurnalis sastrawi membentuk perjanjian implisit akan akurasi dan keterbukaan terhadap pembaca dengan para narasumber (*accuracy*).
3. Jurnalis sastrawi kebanyakan menulis tentang rutinitas.
4. Jurnalis sastrawi menulis dengan ‘nada intim’, informal, teras teras, manusiawi, dan ironis (*voice*).
5. Jurnalis sastrawi menulis dengan sikap yang tidak terlibat dan bergerak. Dengan kata lain, bercerita dan ‘berbicara’ kepada pembaca secara langsung.
6. Mementingkan struktur dengan menggabungkan narasi utama dengan kisah serta penyimpangan (konflik) untuk memperkuat dan membingkai ulang isu (*structure*).
7. Jurnalis sastrawi mengembangkan makna dengan membangun reaksi sekuensial pembaca.

Hal serupa diungkapkan Norman Sims (1984). Terdapat beberapa aspek yang dibutuhkan dalam jurnalistik sastrawi, seperti:

1. imersif
2. struktur
3. suara
4. akurasi

Dalam menyusun berita, jurnalis akan memilih peristiwa yang paling penting sesuai dengan nilai-nilai berita yang ada. Tantangan seorang jurnalis adalah mengemas beragam peristiwa tersebut menjadi suatu cerita berbentuk berita yang rampung.

Biasanya, sebuah media membagi menu sajian atau konten yang diterbitkan ke dalam dua bagian besar: fiksi dan non-fiksi (Putra, 2010). Setelah itu, dua kategori itu dibagi ke dalam beberapa rubrik kecil lain yang menjadi penyekat dari ragam tulisan. Dulu, produk jurnalistik sastra termasuk ke dalam *feature*. Goenawan Mohammad (1996) mengartikan *feature* sebagai tulisan atau karangan khas yang menjadi bahan atau unsur pelengkap suatu berita.

Bruce Itule & Douglas Anderson (2003) mengatakan tidak ada batasan tegas dari sebuah berita kisah (*news story*) dan *feature*. Khususnya, di media kontemporer yang lebih menonjolkan konten *feature*. Dengan kata lain, sebuah isu dapat dibuat sebagai sebuah *hard news* ataupun *feature*, tergantung dari *angle* apa yang digunakan dan tujuan penulisannya. *Hard news* condong menekankan sebuah fakta peristiwa berbasis 5W+1H, sementara *feature* lebih menekankan *human interest* dalam penyampaian cerita. Umumnya, media massa menggabungkan keduanya untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Produk jurnalistik sastra juga bisa disebut sebagai *literature of fact* atau fakta yang ditulis secara sastra (Putra, 2010). Hal ini disebabkan karena penulisannya melibatkan kaidah dan elemen-elemen sastra di dalamnya. Sebuah karya jurnalistik sastra disebut efektif apabila memberikan gambaran, pencerahan, membka wawasan, serta meningkatkan kualitas keseharian pembacanya.

Menurut Putra (2010), jurnalistik sastra harus:

1. Kredibel (berbasis fakta yang akurat dan sesuai kaidah etika) atas observasi jurnalis.
2. Bernilai artistik (kualitas sastra).

Selain itu, narasi yang terdapat pada produk jurnalistik sastrawi memiliki esensi dramatik yang mengandung tujuan, komplikasi, atau konflik. Juga, bersifat sistematis (memiliki awal, tengah, dan akhir) dengan struktur seperti komplikasi, pengembangan, sudut pandang, dan resolusi.

Teknik penulisan jurnalistik sastrawi meliputi hal di bawah ini.

1. Citra rasa sastra (narasi dramatis)
2. Karakterisasi (kedalaman psikologis)
3. Deskripsi (sensorik)
4. Dialog (versus kutipan)
5. Sudut pandang
6. Metafor/Simile
7. Gaya sastra (ironi, simbolisme, kilas balik, *foreshadowing*)

2.2.2 Reportase Mendalam

Terdapat beberapa definisi dari reportase mendalam (Kamath, 1996). Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut.

- 1 Segala sesuatu yang membuat pembaca mengetahui soal seluruh aspek akan sebuah subjek dari kepastian informasi yang diebrikan, meliputi latar belakang dan atmosfernya.
- 2 Menekankan kisah berita dengan ketelitian detail dan latar belakang. Pembaca difokuskan pada mengapa masalah bisa terjadi.
- 3 Menginterpretasikan pemberitahuan kepada pembaca inti kisah sebenarnya secara menyeluruh, mendalam, seimbang, dan terorganisir dengan kelengkapan latar belakang.
- 4 Pelaporan sederhana yang baik dari segi akurasi dan detail pengamatannya.

Kamath menekankan bahwa reportase mendalam sebagai mengabarkan kepada masyarakat kisah yang terjadi secara keseluruhan.

Namun, bukan berarti pelaporan harus menjadi panjang. Teks yang panjang tidak ada kaitannya dengan mendalam.

Reportase mendalam dapat bertujuan untuk mendapatkan kelengkapan pengisahan dan menyatakan pengisahan dengan substansi (Ferguson, Patten, & Wilson, 1998).

2.2.3 Multimedia Interaktif

Multimedia merupakan kombinasi atas teks, seni, suara, gambar, animasi, dan video yang diolah dengan komputer atau dimanipulasi secara digital dan dapat disajikan dan/atau dikontrol secara interaktif (Vaughan, 2011). Multimedia dibagi kedalam tiga jenis, yaitu sebagai berikut.

1. *Multimedia interaktif*. Pengguna dapat mengatur apa dan kapan elemen multimedia disajikan atau ditampilkan.
2. *Multimedia Hiperaktif*. Terdapat struktur dari berbagai elemen terkait dengan pengguna yang dapat mengaturnya. Terdapat tautan yang tersemat pada lama untuk membuat elemen multimedia saling berkaitan.
3. *Multimedia Linear*. Pengguna hanya berperan sebagai audiens dan menikmati produk multimedia yang ditayangkan dari awal hingga akhir.

Sementara itu, multimedia interaktif juga dapat diartikan sebagai tampilan multimedia yang dirancang oleh desainer agar visualisasinya dapat memenuhi fungsi sebagai sumber informasi dan memiliki interaktifitas dengan pengguna (Munir, 2014).

Namun, Vaughan mengatakan bahwa (2011, p. 2), tidak selalu dibutuhkan interaktivitas agar karya disebut sebagai multimedia. Jika karya dapat memberikan pengalaman bagi pengguna untuk mengontrol elemen-elemen yang disajikan untuk kapan muncul dan sebagainya, hal ini termasuk ke dalam multimedia interaktif (Vaughan, 2011, p. 1).

Terdapat enam macam interaktivitas dasar yang dapat ditemukan pada hiburan interaktif (Miller, 2004) yaitu:

1. pembaca dapat memasukkan sebuah stimulus yang kemudian akan diberikan respon oleh program;
2. pembaca dapat bergerak dalam program dengan bebas;
3. pembaca dapat mengontrol objek visual;
4. pembaca dapat berkomunikasi dengan karakter lain, seperti dengan bot atau pembaca lain;
5. pembaca dapat mengirimkan informasi;
6. pembaca dapat menerima atau mendapatkan objek tertentu.

Vaughan (2011, p. 22) juga turut memberikan panduan dalam memilih *font* yang baik sesuai dengan teks yang ingin disampaikan.

1. Gunakan *font* yang dapat terbaca untuk ukuran kecil.
2. Gunakan sedikit mungkin jenis tipografi yang berbeda. Namun, perbanyak perbedaan pada lebar dan ukuran, atau menggunakan *italic* dan *bold* pada tempat yang sesuai.
3. Bedakan ukuran *font* sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.
4. Lakukan eksperimen dengan teks unik atau ubah teks menjadi gambar menarik agar terlihat lebih atraktif.
5. Pilih *font* yang sesuai dengan pesan yang hendak disampaikan dan tanya opini orang lain.
6. Gunakan kalimat yang dapat menyentuh dan bermakna pada tautan dan menu.
7. Gunakan warna dan penempatan yang berbeda, sesuaikan dengan latar belakang proyek untuk mendapat efek yang pas.

Pun demikian, tidak semua cerita dapat diangkat menjadi topik *multimedia storytelling* dan disajikan secara interaktif (Stevens, 2020). Stevens berpendapat bahwa topik yang bagus bersifat multidimensional, mengandung aksi untuk video,

proses yang dapat diilustrasikan secara visual grafis, tokoh yang dapat dikutip, atau air muka yang kuat untuk diambil fotonya.

Terdapat dua *multimedia storytelling* menurut Stevens (2020) yang dikategorikan berdasarkan pembagian alur kerjanya.

1. Reporter bertugas untuk merampungkan semua cerita yang didapat. Biasanya, pembagian alur kerja ditujukan untuk cerita harian, *feature*, atau proyek khusus. Reporter akan berperan meliput di lapangan dan mencari gambar, informasi, video, dan audio.
2. Produser bertugas untuk membagi alur kerja dan penyuntingan teks. Alur kerja seperti ini biasanya digunakan untuk jenis berita *breaking news*. Produser juga akan mengarahkan fotografer, videografer, dan reporter untuk meliput di lapangan sesuai dengan tugas masing-masing.

Elemen-elemen yang disajikan dalam karya “Risalah Kopi: Menjadi Satu Lewat Kopi di Kemiren” meliputi rangkaian hal di bawah ini.

1. Teks *feature* perjalanan

Teks *feature* merupakan salah satu jenis berita yang mengandung serangkaian fakta, kejadian, peristiwa, atau proses yang disertai penjelasan Riwayat terjadinya, proses pembentukan ataupun cara kerjanya (Anshori & Kurniawan, 2005). Sementara itu, menurut Barus, *feature* juga biasanya bertujuan untuk menghibur, memberi bacaan yang sedap, rileks, enteng, dan diutarakan secara ringan (Badiatul, 2005).

Feature perjalanan merupakan ragam dari *feature* yang memaparkan suatu perjalanan ke suatu tempat yang menjelaskan lika-liku pengalaman hingga ke tujuan. Tersepat unsur *human interest* dan daya tarik lainnya agar dapat menarik perhatian pembaca. Hal yang membedakan berita (*news*) dan *feature* memiliki adalah tujuannya (Buyatna, 2009).

Penulisan kisah *feature* perjalanan juga memiliki ekspresi yang ditulis dengan gairah (Gultom, 2012). Selain itu, *feature* perjalanan juga memiliki simbolisme dan pesan yang tersirat di balik penggambaran kisah agar pembaca dapat merasa terlibat langsung.

Sebuah *feature* tidak selalu memerlukan unsur 5W+1H dan tidak selalu disusun dengan konsep piramida terbalik (Ricketson, 2004). Namun, tetap diperlukan *news value* agar *feature* memiliki manfaat bagi pembacanya. Beberapa *news value* atau nilai berita adalah sebagai berikut.

1. Dampak

Berita yang baik memiliki pengaruh besar atau berdampak secara luas. Contoh, berita pesawat yang jatuh di lautan menarik perhatian hingga ke mancanegara untuk beberapa periode waktu tertentu.

2. Kedekatan

Berita akan bernilai lebih tinggi saat memiliki kedekatan dengan audiensnya. Kedekatan yang dimaksud dapat berarti dari segi geografis atau psikologis.

3. Aktual

Berita yang masih baru akan memiliki nilai yang lebih tinggi dan menarik perhatian pembacanya. Tiga jenis aktual, yaitu: a) aktual kalender, seperti berita hari libur nasional; b) aktual waktu, contohnya berita *quick count* saat pemilihan presiden; c) aktual masalah, seperti berita soal atlet yang sedang bertanding di PON.

4. Kebesaran

Disebut juga sebagai *magnitude*. Alasan besarnya suatu berita menjadi faktor bernilainya berita. Seperti, tsunami di satu tempat akan lebih bernilai ketimbang kecelakaan di jalan tol.

5. Keluarbiasaan

Sesuatu yang dianggap tidak biasa akan menarik banyak perhatian pembaca. Misalnya, berita soal salju yang tiba-tiba turun di Jakarta.

6. Ketokohan

Berita yang memaparkan soal pejabat, artis, ahli tertentu, atau orang yang berpengaruh meningkatkan penilaian suatu berita. Semakin terkenal orang tersebut, maka berita tersebut semakin bernilai. Misalnya, artis Korea yang konser di Indonesia.

7. Kemanusiaan

Berita yang melibatkan sisi kemanusiaan akan memiliki nilai tambah. Contohnya, cerita soal korban tsunami yang berhasil terselamatkan.

8. Konflik

Konflik adalah sumber berita yang bernilai dan selalu terjadi. Contoh adalah konflik antarnegara atau perbedaan pendapat antarpejabat.

9. Kejutan

Kejadian yang terjadi secara tidak disangka-sangka akan menjadi sebuah faktor dari meningkatnya nilai suatu berita. Contohnya, pelajar Indonesia yang memenangi Olimpiade Biologi Internasional.

10. Seks

Berita yang berhubungan dengan seks menjadi perhatian banyak orang, seperti pelecehan seksual, kekerasan seksual, perselingkuhan, dan tindakan asusila lainnya.

11. Informasi

Informasi mengenai satu hal tertentu menjadi salah satu aspek paling penting. Misalnya, informasi kenaikan tarif jalan tol.

2. Foto jurnalistik

Foto jurnalistik merupakan foto yang bernilai berita atau menarik bagi pembaca tertentu. Informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin (Wijaya, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pesan tersirat dalam foto yang diambil sebelum disampaikan kepada masyarakat. Menurut Wijaya (2016, h. 5), terdapat tiga aspek penting dalam foto jurnalistik, yaitu foto harus mengandung unsur fakta, informatif, dan mampu bercerita. penulis akan menggunakan foto sebagai pelengkap dalam buku ini, selain dengan ilustrasi gambar, agar pembaca dapat mendapatkan gambaran dengan lebih baik soal masalah yang disampaikan.

3. Infografis

Kata ‘infografis’ berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari kata ‘*information*’ dan ‘*graphics*’. Saptodewo (2014) mengartikan infografis sebagai bentuk visualisasi data yang dapat membuat pembaca dapat mencerna informasi kompleks dengan lebih mudah dan efisien. Penulis akan membuat infografis dalam menjelaskan sejarah masuknya kopi ke Indonesia agar dapat lebih mudah memahami linimasa waktu pada periode tersebut.

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