

## BAB II

### KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

##### 2.1.1 *Bagaimana BIGMAC Mengukur Ekonomi di Seluruh Dunia*



**Gambar 2. 1** Cuplikan dari karya Ferry Irwandi yang berjudul *Bagaimana BIGMAC Mengukur Ekonomi di Seluruh Dunia*.

*Bagaimana BIGMAC Mengukur Ekonomi di Seluruh Dunia* merupakan sebuah video yang menjelaskan bagaimana harga sebuah produk bisa menjadi titik acuan inflasi pada suatu negara. Konsep melihat tolok ukur ekonomi sebuah negara dari sebuah produk ini pertama kali dipopulerkan oleh majalah ekonomi *The Economist* yang berasal dari Amerika Serikat, dan Ferry Irwandi selaku pembuat karya berusaha menjelaskannya dengan sederhana menggunakan metode *storytelling* dalam format video.

Ferry Irwandi merupakan seorang *content creator* yang memiliki ciri khas dengan memproduksi konten dengan format *video storytelling*, keterkaitan karya ini dengan karya yang akan dibuat oleh penulis ada pada bagian metode dan format video.

Video ini akan menjadi inspirasi penulis dalam penerapan metode dan format *video storytelling* pada karya penulis. Akan ada pembawa acara yang bercerita dengan didukung oleh data, pengalaman pribadi, *footage*, *soundbites*, cuplikan wawancara, dan lain-lainnya yang bisa mendukung cerita dari sosok pembawa acara pada video.

Pada karya *Bagaimana BIGMAC Mengukur Ekonomi di Seluruh Dunia*, sosok pembawa acara mampu menjelaskan intisari dari karya dengan penyampaian yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Menggunakan diksi-diksi sederhana dan aset visual yang mendukung penjelasannya. Namun pada karya ini, tidak adanya cuplikan wawancara untuk mendukung cerita atau argumen dari sosok pembawa acara.

### ***2.1.2 Menapaki Peradaban Misterius yang Hilang di Pedalaman Hutan Sumatera***



**Gambar 2. 2** Cuplikan dari karya Ferry Irwandi yang berjudul *Menapaki Peradaban Misterius yang Hilang di Pedalaman Hutan*.

*Menapaki Peradaban Misterius yang Hilang di Pedalaman Hutan Sumatera* merupakan sebuah karya yang menceritakan hal yang banyak orang tidak ketahui mengenai kompleks Candi Muaro Jambi yang terletak tersembunyi di daerah Jambi. Video ini dibuat oleh Ferry Irwandi, yang merupakan seorang

*content creator* yang memiliki ciri khas dengan memproduksi konten dengan metode dan format *video storytelling*.

Keterkaitan karya ini dengan karya penulis ada pada bagian substansi dan tujuan video. Karya ini menjadi salah satu inspirasi penulis dalam membuat karya yang hendak membangun *awareness* sebuah daerah atau kawasan yang masih banyak orang tidak ketahui realitanya di sana seperti apa.



**Gambar 2.3** Cuplikan dari karya Ferry Irwandi yang berjudul *Menapaki Peradaban Misterius yang Hilang di Pedalaman Hutan*.

Selain itu, karya ini juga menyuguhkan gambaran kondisi realita dari kompleks Candi Muaro Jambi secara ril dengan turun langsung untuk merekam video di sana dan ditemani oleh seorang narasumber yang mengerti kondisi, situasi, dan cerita mengenai tempat tersebut.

### ***2.1.3 Kenapa Schultz Harus Tiga Kali Selamatkan Starbucks***

*Kenapa Schultz Harus Tiga Kali Selamatkan Starbucks* merupakan sebuah video yang menceritakan tentang perjalanan Howard Schultz yang tiga kali menyelamatkan kedai kopi ternama dunia yaitu Starbucks. Video ini dibuat oleh Dr. Indrawan Nugroho yang merupakan *content creator* dengan format *video storytelling* yang khas. Keterkaitan karya ini dengan karya penulis ada pada bagian

format video. Video ini akan menjadi inspirasi penulis dalam penerapan format *video storytelling* pada karya yang penulis buat nantinya.



**Gambar 2. 4** Cuplikan dari karya Indrawan Nugroho yang berjudul *Kenapa Schultz Harus Tiga Kali Selamatkan Starbucks*.

Video dengan sosok pembawa acara yang bercerita dengan didukung oleh data, *footage*, *soundbites*, cuplikan wawancara, dan lain-lainnya yang bisa mendukung cerita dari sosok host pada video. Penyampaian yang runut juga menjadi titik acuan penulis untuk Menyusun skrip nantinya agar bisa terstruktur sehingga dapat menyampaikan cerita seperti penyampaian yang dilakukan oleh DR. Indrawan Nugroho.



**Gambar 2. 5** Cuplikan dari karya Indrawan Nugroho yang berjudul *Kenapa Schultz Harus Tiga Kali Selamatkan Starbucks*.

Namun, pada karya ini tidak ada cuplikan wawancara yang membantu mempertegas cerita dan argumen pembuat konten dan tidak tertera sumber dari kutipan yang disampaikan pada konten tersebut.

#### 2.1.4 *Staycation ke Tanjung Lesung Dijamin Puas Gak Mau Pulang!*



**Gambar 2. 6** Cuplikan karya dari KOMPASTV yang berjudul *Staycation ke Tanjung Lesung Dijamin Puas Gak Mau Pulang*.

*Staycation ke Tanjung Lesung Dijamin Puas Gak Mau Pulang!* merupakan karya dalam bentuk video yang diproduksi oleh KOMPASTV yang menyuguhkan pengalaman berlibur yang dilakukan di wilayah Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung dan sekitarnya. Karya tersebut membagikan pengalaman kegiatan apa saja yang bisa penonton lakukan apabila nantinya akan berlibur di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung.

Kelebihan dari karya ini, pembawa acara cukup mendeskripsikan pengalaman mereka ketika sedang berlibur di KEK Tanjung Lesung dengan baik. Penggunaan *action camera* pada pengambilan video *close up* cukup membantu untuk memperlihatkan ekspresi para pembawa acara ketika menaiki wahana *water sport* yang tersedia di wilayah KEK Tanjung Lesung dan sekitarnya.



Gambar 2. 7 Cuplikan karya dari KOMPASTV yang berjudul *Staycation ke Tanjung Lesung Dijamin Puas Gak Mau Pulang*.

Namun, informasi yang diberikan kepada penonton cukup kurang. Seperti informasi biaya yang dikeluarkan untuk melakukan kegiatan-kegiatan di sana dan biaya penginapan. Selain itu, informasi mengenai Mongolian Culture Center yang terletak di sana pun tidak begitu disorot sehingga terlihat hanya sekedar lewat saja. Lalu, ada satu destinasi yang cukup jauh dari KEK Tanjung Lesung yang dihipir sehingga dirasa tidak relevan dengan judul

Tabel 2. 1 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu Karya

	Karya 1	Karya 2	Karya 3	Karya 4
Karya	Video Feature	Video Feature - Dokumenter	Video Feature	Video Feature (Reporting – based)
Judul	Bagaimana BIGMAC Mengukur Ekonomi di Seluruh Dunia	Menapaki Peradaban Misterius yang Hilang di Pedalaman Hutan Sumatera	Kenapa Schultz Harus Tiga Kali Selamatkan Starbucks	Staycation ke Tanjung Lesung Dijamin Puas Gak Mau Pulang!

<b>Topik</b>	<p>Bagaimana BIGMAC Mengukur Ekonomi di Seluruh Dunia merupakan sebuah video yang menjelaskan bagaimana harga sebuah produk bisa menjadi titik acuan inflasi pada suatu negara.</p>	<p>Menapaki Peradaban Misterius yang Hilang di Pedalaman Hutan Sumatera merupakan sebuah karya yang menceritakan mengenai hal yang banyak orang tidak ketahui mengenai kompleks Candi Muaro Jambi yang terletak tersembunyi di daerah Jambi.</p>	<p>Kenapa Schultz Harus Tiga Kali Selamatkan Starbucks merupakan sebuah video yang menceritakan tentang perjalanan Howard Schultz yang tiga kali menyelamatkan kedai kopi ternama dunia yaitu Starbucks.</p>	<p>Staycation ke Tanjung Lesung Dijamin Puas Gak Mau Pulang! merupakan karya dalam bentuk video yang diproduksi oleh KOMPASTV yang menyuguhkan pengalaman berlibur yang dilakukan di wilayah Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung dan sekitarnya.</p>
<b>Tokoh</b>	<p>- Ferry Irwandi: Pembawa Acara</p>	<p>- Ferry Irwandi: Pembawa acara - Bram Iswanto: Pemandu perjalanan</p>	<p>- Dr. Indrawan Nugroho: Pembawa acara</p>	<p>- Anna Kinanti &amp; Rezha Disastra: Pembawa acara</p>

				- Ade: Pemandu Water ski - Rudi Pemandu Jet ski
<b>Distri busi</b>	Ferry Irwandi (Youtube)	Ferry Irwandi (Youtube)	Dr Indrawan Nugroho (Youtube)	KOMPASTV (Youtube)
<b>Alur</b>	Alur dari karya ini bisa dibilang mundur karena membahas secara singkat sejarah dari bagaimana konsep sebuah produk bisa menjadi titik acuan ekonomi di berbagai negara.	Alur dari karya ini bisa dibilang maju mundur karena mendeskripsikan kondisi Candi Muaro Jambi di masa kini dan proyeksi kedepannya seperti apa. Juga, membahas bagaimana sejarah dari Candi Muaro Jambi.	Alur dari karya ini bisa dibilang mundur karena membahas sejarah dari kedai kopi terkemuka Starbucks dan membahas bagaimana perjuangan Howard Schultz mengembangkan dan mempertahankan Starbucks dari berbagai krisis.	Alur dari karya ini bisa dibilang maju karena mendeskripsikan dan menggambar kan berbagai kegiatan apa saja yang bisa dilakukan ketika berlibur di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung.
<b>Kelebihan Karya</b>	Karya ini memiliki kelebihan dalam	Kelebihan dari karya ini, sosok pembawa acara	Kelebihan dari karya ini berada pada	Karya ini memiliki kelebihan

<p>hal penyampaian materi dari karya yang didukung oleh data dan visual yang mempermudah penonton untuk mengerti pesan apa yang ingin disampaikan oleh pembuat karya.</p>	<p>secara langsung terjun ke lapangan untuk membagikan pengalamannya dalam menjelajah Candi Muaro Jambi. Dengan teknis pengambilan yang cukup variative, mampu membuat video ini terus menarik untuk ditonton. Selain itu, dengan adanya bantuan narasumber yang merupakan warga lokal dan mengerti situasi lapangan, dapat memberikan persepektif yang seimbang dalam menyampaikan informasi mengenai Candi Muaro Jambi.</p>	<p>penyampaian materi yang terstruktur dan menggunakan diksi-diksi yang mudah dimengerti oleh orang banyak. Selain itu, didukung dengan visual yang menarik sehingga tidak membosankan bagi para penonton.</p>	<p>yang sama dengan karya kedua, sosok pembawa acara secara langsung terjun ke lapangan untuk membagikan pengalamannya dalam berlibur di KEK Tanjung Lesung. Teknis pengambilan video yang cukup ekstrim untuk mendapatkan gambar yang menarik juga patut dipuji karena teknis tersebut cukup memiliki resiko yang tinggi.</p>
---	---	--	--

<b>Kekurangan karya</b>	Tidak adanya cuplikan narasumber membuat video kurang memiliki keragaman perspektif. Selain itu, tidak adanya penyantuman sumber dari kutipan atau data membuat kebenaran dari informasi mampu dipertanyakan.	Tidak tercantum sumber dari beberapa data yang digunakan oleh pembuat karya yang membuat kebenaran dari video mampu dipertanyakan.	Tidak adanya cuplikan narasumber membuat video kurang memiliki keragaman perspektif. Selain itu, tidak adanya penyantuman sumber dari kutipan atau data membuat kebenaran dari informasi mampu dipertanyakan.	Informasi yang diberikan kepada penonton cukup kurang. Seperti informasi biaya yang dikeluarkan untuk melakukan kegiatan-kegiatan di sana dan biaya penginapan. Selain itu, informasi mengenai Mongolian Culture Center yang terletak di sana pun tidak begitu disorot sehingga terlihat hanya sekedar lewat
-------------------------	---	--	---	--

				saja. Lalu, ada satu destinasi yang cukup jauh dari KEK Tanjung Lesung yang dihampiri sehingga dirasa tidak relevan dengan judul.
--	--	--	--	---

## 2.2 Konsep yang Digunakan

### 2.2.1 Feature

Feature merupakan salah satu bentuk reportase dengan penulisan cerita yang kreatif, subjektif, dan dirancang untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada audiens (Ishwara, 2011). Dalam pembuatan karya feature, penulis cerita perlu mengontrol fakta dengan menyeleksi, mengatur struktur dan interpretasi, bukan sebaliknya.

Dalam sebuah program, feature merupakan salah satu jenis berita yang membahas satu pokok bahasan dengan satu tema yang dibahas dengan berbagai pandangan yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis dan disajikan dengan kreasi yang variatif. Seperti, narasi, wawancara, vox pop, musik, sisipan puisi-puisi, dan sandiwara pendek atau segmen yang dipandu seorang pembawa acara. Program feature dianggap mampu menjadi *counter program* karena menyorot rutinitas manusia yang membutuhkan interaksi, rekreasi, pengetahuan, pemecahan masalah, atau sekadar informasi mengenai makanan (Fachruddin, 2012).

### 2.2.1.1 *Feature Reporting*

*Feature reporting* termasuk dari bagian *soft news* sehingga tidak harus dipublikasikan secara cepat agar manfaatnya tersampaikan (Fachruddin, 2012). Dalam buku dengan judul *Dasar-dasar Produksi Televisi* (2012) yang ditulis oleh Andi Fachruddin, *feature reporting* pada televisi dapat diproduksi dalam tiga kemasan yaitu,

1. *Features/* berita ringan berdurasi singkat yang dapat disisipkan berdampingan dengan *hard news*. Berita ringan yang dimaksud seperti informasi yang unik, jenaka, dan *anti-mainstream* sehingga menimbulkan kekaguman para audiens. Seperti, pusat budaya suku Mongol yang terdapat di KEK Tanjung Lesung.
2. *Feature reporting* yang terkait dengan peristiwa penting atau tayang berdekatan dengan *hard news* yang ditujukan sebagai pusat perhatian. Untuk durasi, cukup fleksibel sesuai dengan kebutuhan dan bisa ditayangkan secara terpisah dari siarannya, tetapi perlu disiarkan secepatnya beriringan dengan program berita utamanya karena memiliki unsur daya tarik dari sumber program berita utama. Contoh, Cerita perjuangan bintang sepak bola Liga Eropa yang baru pertama kali memenangkan Piala Liga Champion.
3. *Feature reporting* sebagai program reportase yang dikemas luas dan mendalam, ditambah dengan sentuhan aspek *human interest* agar lebih dramatis. *Feature reporting* seperti ini bertujuan untuk menghibur dan mendidik sehingga dapat berdiri sendiri sebagai program. Contoh, salah satu rangkaian *Feature Video Storytelling* yang penulis hendak buat, memiliki tema yang cukup luas, tetapi akan dikemas sedikit merinci dan dalam di beberapa aspek.

## **2.2.2 Multimedia Storytelling**

*Multimedia storytelling* adalah bentuk komunikasi yang melayani telinga, mata, dan pikiran secara bersamaan, atau secara berurutan dengan memanfaatkan kombinasi audio visual secara maksimal. Di dunia jurnalistik, *multimedia storytelling* ini sebagai bentuk adaptasi jurnalisme dengan perkembangan teknologi. Sekarang, para jurnalis sudah terbiasa membawa gawai atau *handphone* untuk merekam dan melaporkan sebuah peristiwa sehingga mengharuskan para jurnalis untuk memiliki kemampuan dalam bidang multimedia (Gitner, 2016).

### **2.2.2.1 Video Storytelling**

*Video storytelling* merupakan salah satu bentuk dari *digital storytelling* yang memiliki arti sebuah praktik bercerita yang menggunakan alat berbasis komputer dengan bermacam-macam variasi media seperti, audio, video, grafis, dan, penulisan pada situs internet (Buendgens-Kosten, 2021).

Pada dua tahun terakhir, format *video storytelling* cukup banyak digunakan oleh *content creator* sebagai format khas dari konten-konten yang mereka buat. Hal ini terbukti cukup memikat banyak audiens di Indonesia dengan minat pasar yang *niche* karena hanya pada tema tertentu seperti konten misteri, sejarah dan horor yang cocok dikolaborasikan dengan format *video storytelling*.

## **2.2.3 New Media**

New Media atau Media Baru merupakan berbagai teknologi komunikasi baru yang memiliki fitur-fitur tertentu. Hal ini bermula karena adanya digitalisasi dan tersedianya perangkat dan infrastruktur komunikasi yang memungkinkan digunakan untuk kepentingan pribadi. (McQuail,

2020). Dengan kata lain, media baru seperti media yang menggunakan internet seperti media daring, memiliki karakter yang fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat ataupun publik.

Teori media baru pertama kali diusung oleh Marshall McLuhan, yang menjelaskan bahwa media tradisional mulai tergantikan karena adanya inovasi teknologi sehingga terjadi transformasi signifikan pada perkembangan komunikasi yang menggunakan media.

Menurut McQuail. (2020), teori media baru memiliki beberapa ciri yaitu,

1. Interaktivitas

Interaktivitas memperlihatkan perbandingan timbal balik atau inisiatif dari para pengguna terhadap suatu hal yang ada di internet.

2. Virtualitas

Virtualitas merupakan sejauh mana media internet dapat menghasilkan realita alternatif yang mampu membuat para penggunanya dapat menjelajahi internet dan membuat sesuatu yang dapat menjadi realita baru dan berbeda.

3. *Sociability*

*Sociability* atau kehadiran sosial merupakan perasaan rasa kontak pribadi dengan orang lain yang ditimbulkan saat menggunakan media yang dialami oleh pengguna internet.

4. *Media Richness*

*Media richness* atau kekayaan media merupakan tolok ukur sejauh mana media internet dapat menghubungkan berbagai kerangka acuan yang berbeda dengan mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak isyarat, melibatkan lebih banyak indra, dan lebih personal.

5. Otonomi

Otonomi merupakan tolok ukur sejauh mana pengguna merasa memiliki kendali atas konten dan penggunaannya. Tidak bergantung pada sumbernya, termasuk kesempatan untuk membuat konten mereka sendiri.

#### 6. Privasi

Pengguna memiliki privasi terkait dengan penggunaan suatu media dan/atau konten yang khas atau yang dipilih.

#### 7. Personalisasi (Kemampuan untuk menyesuaikan)

Sejauh mana konten dan penggunaannya dipersonalisasi atau dimodifikasi oleh penggunanya.

Penulis menggunakan teori ini karena relevansinya dengan karya penulis yang diunggah melalui media social Instagram serta Youtube. Poin interaktivitas, kehadiran sosial, dan otonomi dari teori new media menjadi salah satu karakteristik teori yang digunakan oleh penulis.

Hal ini karena Instagtam dan Youtube memberi kebebasan kepada penggunanya untuk membuat dan memberi umpan balik terhadap sebuah konten. Kedua media ini juga dapat menunjukkan rasio timbal balik atau inisiatif dari para pengguna terhadap karya yang dibuat penulis (poin interaktivitas).

Pengguna juga dapat merasa seperti ada di posisi subjek yang ada di dalam video (poin kehadiran sosial). Terakhir, penulis dapat membuat konten sendiri tanpa intervensi, seperti pada media konvensional. Pengguna juga memiliki otonomi sendiri atas konten yang ingin mereka tonton tanpa paksaan (poin otonomi).

## 2.2. Elemen-Elemen Jurnalisme

Sembilan elemen jurnalisme merupakan landasan wartawan untuk membuat sebuah karya jurnalistik yang dirumuskan oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam bukunya yang berjudul *Sembilan Elemen Jurnalisme*.

Dalam buku tersebut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel menjelaskan bahwa sembilan elemen ini sebenarnya sebuah pedoman sekaligus kewajiban bagi para wartawan yang perlu dipenuhi ketika hendak membuat sebuah karya jurnalistik, sembilan elemen tersebut tertera sebagai berikut,

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran.
2. Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada masyarakat.
3. Intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi.
4. Praktisi jurnalisme harus menjaga independensi terhadap sumber berita.
5. Jurnalisme harus menjadi pemantau kekuasaan.
6. Jurnalisme harus menyediakan forum kritik ataupun dukungan masyarakat.
7. Jurnalisme harus berupaya keras untuk membuat hal yang penting, menarik, dan relevan.
8. Jurnalisme harus menyiarkan berita komprehensif dan proporsional.
9. Praktisi jurnalisme harus diperbolehkan mengikuti Nurani mereka.
10. Warga negara juga memiliki hak dan tanggung jawab dalam hal pemberitaan.

Sampai saat ini, elemen-elemen jurnalisme yang dirumuskan oleh Bill Kovach dan Tim Rosenstiel masih digunakan sebagai landasan dalam pembelajaran ilmu jurnalisme dan pembuatan karya-karya jurnalistik. Cukup banyak buku-buku tentang jurnalisme yang membahas mengenai elemen-elemen ini sebagai landasan buku mereka.

Dalam karya penulis, ada beberapa elemen jurnalisme ini menjadi landasan penulis untuk mewujudkan karya yang akan penulis buat. Tertera

pada elemen pertama, ketiga, dan keenam. Pada elemen pertama, tentu saja penulis membuat karya ini berdasarkan kebenaran. Implementasi elemen pertama ini terdapat pada wawancara yang penulis lakukan dengan narasumber-narasumber yang berkesinambungan dengan karya yang penulis buat untuk mencari tahu kebenaran dari hal apa saja yang penulis tanyakan kepada narasumber.

Lalu, untuk implementasi elemen ketiga dari elemen-elemen jurnalisme yang dirumuskan oleh Bill Kovach dan Tim Rosenstiel pada karya penulis terdapat pada proses praproduksi ketika penulis melakukan riset. Penulis melakukan verifikasi pada data yang penulis dapatkan dari hasil riset dengan mencari variasi data yang serupa dan juga menanyakan langsung kepada narasumber yang terkait dengan data yang penulis punya. Terakhir, penulis mengimplementasikan elemen keenam dari elemen-elemen jurnalisme yang dirumuskan oleh Bill Kovach dan Tim Rosenstiel pada proses publikasi karya. Penulis mengunggah karya di platform Youtube memiliki alasan lain selain karena untuk menjangkau banyak audiens. Salah satunya karena platform Youtube memiliki kolom komentar sehingga kolom tersebut bisa menjadi forum kritik ataupun dukungan masyarakat.

