

Penerapan Teknik *Framing* dalam *Editing Video Feature*

Ufayra Syahidina Chandra, Iwan Koswara, Rinda Aunillah

Manajemen Produksi Media, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

ufayra20001@mail.unpad.ac.id, iwan.koswara@unpad.ac.id,

rinda.aunillah@unpad.ac.id

ABSTRACT

This article discussed the application of framing techniques during the video feature editing process, focusing on how framing influenced the presentation of the story to the audience. This study was motivated by the transformation of journalism in the digital era, where video features became one of the popular reporting formats. Video features allowed for an in-depth exploration of topics and provided broader context. Framing techniques were used to select and highlight certain aspects within the video, shaping audience perception and understanding. The video feature editing process involved several stages, including clip selection, emphasis on key aspects, exclusion of irrelevant elements, and the elaboration of additional information. This study employed a descriptive analytical method with a case study on the video feature "Kuliner Legendaris: Sukses Melintasi Dekade". The analysis results showed that effective framing techniques could guide public opinion, build empathy, and encourage action from the audience. Video editors played a key role in applying framing techniques to ensure the story conveyed matched the narrative's purpose.

Keywords: *Framing Techniques, Video Editing, Video Editor, Video Feature, Audience Perception*

ABSTRAK

Artikel ini membahas penerapan teknik *framing* dalam pada proses *editing video feature*, dengan fokus pada bagaimana *framing* mempengaruhi penyajian cerita kepada audiens. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh transformasi jurnalistik di era digital, di mana *video feature* menjadi salah satu format reportase yang populer. *Video feature* memungkinkan eksplorasi topik secara mendalam dan memberikan konteks yang lebih luas. Teknik *framing* digunakan untuk memilih dan menyoroti aspek-aspek tertentu dalam video, membentuk persepsi dan pemahaman audiens. Proses *editing video feature* melibatkan beberapa tahap, termasuk pemilihan klip (*selection*), penekanan aspek penting (*emphasis*), pengabaian elemen yang tidak relevan (*exclusion*), dan pengembangan informasi tambahan (*elaboration*). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan studi kasus pada *video feature* "Kuliner Legendaris: Sukses Melintasi Dekade". Hasil analisis menunjukkan bahwa teknik *framing* yang efektif dapat mengarahkan opini publik, membangun empati, dan mendorong tindakan dari audiens. Editor video memainkan peran kunci dalam mengaplikasikan teknik *framing* untuk memastikan cerita yang disampaikan sesuai dengan tujuan narasi.

Kata Kunci: *Teknik Framing, Editing Video, Editor Video, Video Feature, Persepsi Audiens*

PENDAHULUAN

Dalam era digital seperti ini, jurnalistik dan reportase mengalami transformasi yang signifikan. Tidak lagi terbatas pada format tulisan, berita dan

informasi kini dapat disampaikan dalam berbagai bentuk, termasuk gambar, suara, dan video. Di samping itu, masyarakat kini tidak lagi hanya mengandalkan media konvensional untuk mengetahui perkembangan dunia. Berbagai data menunjukkan peningkatan jumlah pengguna internet dari waktu ke waktu. Masyarakat semakin menjadikan internet sebagai sumber utama dalam mencari informasi. (Romli, 2018: 22)

Laporan We Are Social menunjukkan bahwa jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia mencapai angka 185 juta pada Januari 2024, atau 66,5% dari 278,7 juta penduduk di Indonesia. We Are Social juga mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam sepuluh tahun terakhir. Dibandingkan dengan Januari 2014, jumlah pengguna internet saat ini telah bertambah sekitar 141,3 juta orang. (Annur, 2024)

Perkembangan teknologi dan *platform* digital atau media sosial memberikan ruang yang luas bagi jurnalis untuk mengeksplorasi berbagai cara dalam menyajikan berita kepada publik. Salah satu format yang populer beberapa tahun belakangan ini adalah *video feature*. *Video feature* adalah jenis reportase yang berfokus pada cerita yang mendalam dan komprehensif tentang suatu topik.

Tidak seperti *hard news* yang mengutamakan kecepatan dan momentum dari suatu topik yang sedang ramai, *feature* memberikan ruang bagi cerita untuk berkembang. Hal ini dapat dilihat dari *video feature* yang memiliki durasi lebih panjang dan format yang lebih fleksibel. *Video feature* memungkinkan jurnalis untuk mengeksplorasi topik dengan lebih mendalam, memberikan konteks yang lebih luas, dan menampilkan berbagai perspektif.

Dalam buku *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, Andi menjelaskan bahwa *feature* memiliki definisi sebagai jenis berita yang membahas suatu tema melalui berbagai perspektif yang saling melengkapi, mengurai, menyoroti secara kritis, dan disajikan dengan berbagai Kreasi. Kreasi yang dimaksudkan termasuk narasi, wawancara, *vox pop*, musik, sisipan puisi, dan bahkan kadang-kadang sandiwara pendek atau fragmen yang dipandu oleh seorang pembawa acara. (Fachruddin, 2012: 226)

Teknik *framing* mempengaruhi bagaimana suatu cerita atau peristiwa disajikan kepada audiens. Dalam *video feature*, *framing* digunakan untuk memilih dan menyoroti aspek-aspek tertentu yang membentuk persepsi dan pemahaman audiens. *Framing* adalah bagaimana media menempatkan sebuah berita dan memberikannya makna tertentu. (Amalia, 2020) Oleh karena itu, dalam penerapan teori *framing*, seorang editor video memainkan peran kunci. Editor dituntut untuk memilih klip, mengatur urutan gambar, dan menambahkan efek visual, serta audio untuk menciptakan narasi yang diinginkan oleh sutradara.

Dengan memilih *angle* tertentu dan menyoroti aspek-aspek spesifik, editor dapat mengarahkan penonton untuk fokus pada bagian-bagian cerita yang dianggap penting dan mengarahkan pemahaman audiens sesuai dengan tujuan narasi. Melalui penerapan teori *framing*, editor video dapat membentuk bagaimana audiens menerima dan menafsirkan informasi. *Framing* yang efektif dalam *video feature* dapat mengarahkan opini publik, membangun empati, dan mendorong tindakan dari audiens.

Berdasarkan latar belakang tersebut, muncul pertanyaan Bagaimana penerapan *framing* dalam *editing* video *feature*? Penulisan ini bertujuan untuk memaparkan penggunaan teknik *framing* dalam proses *editing* sebuah video *feature* agar sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh pencipta agar sampai ke audiens yang menonton.

METODE PENELITIAN

Teknik *framing* adalah konsep dimana media memilih dan menyoroti aspek-aspek tertentu dari realitas untuk membentuk bagaimana audiens memahami dan merespons isu tersebut. *Framing* melibatkan pemilihan kata, gambar, dan narasi untuk membentuk persepsi dan interpretasi publik terhadap suatu berita atau peristiwa. Proses ini mencakup bagaimana cerita diceritakan, apa yang disoroti, dan bagaimana informasi diorganisir dan disampaikan.

Viktorija Car dalam “Media Framing of the Coronavirus in Croatia” mengatakan bahwa *framing* media dengan pendekatan teks menggunakan sebuah “ide yang mengorganisir konten berita dengan memberikan sebuah konteks tertentu” melalui penciptaan, *editing*, dan penyajian berita yang secara sadar atau tidak sadar menempatkan sebuah informasi dalam sebuah *frame* interpretasi. (Holy, 2021: 2818)

“A frame is a central organizing idea for news content that supplies a context and suggests what the issue is through the use of selection, emphasis, exclusion, and elaboration” (Tankard, 1991: 3).

Berbeda dari bias, *framing* memiliki konsep yang lebih kompleks. *Framing* melampaui konsep pro atau kontra, mendukung atau tidak mendukung, negatif atau positif. *Framing* menambahkan kemungkinan respons emosional yang lebih kompleks dan juga menambahkan keyakinan tentang objek yang dibahas kepada audiens. Kedua, *framing* menyuguhkan sebuah kemampuan teks—atau media—untuk mendefinisikan situasi dan isu-isu. *Framing* juga mencerminkan kelebihan sebuah wacana media dan perbedaan yang mungkin terjadi ketika topik tertentu disajikan dengan cara yang berbeda. (Reese et al., 2001: 96)

Framing terdiri dari beberapa elemen kunci, yaitu sebagai berikut:

1. *Selection* (Seleksi): Media memilih informasi mana yang akan disajikan kepada publik. Pilihan ini termasuk keputusan tentang topik yang akan dibahas, sumber yang akan dikutip, dan fakta-fakta yang akan disertakan.
2. *Emphasis* (Penekanan): Media menekankan aspek-aspek tertentu dari informasi yang dipilih untuk mempengaruhi persepsi audiens. Ini bisa dilakukan melalui pemilihan kata, penggunaan gambar, dan penyusunan narasi.
3. *Exclusion* (Pengabaian): Media mengabaikan elemen-elemen tertentu yang tidak sesuai dengan narasi yang diinginkan. Dengan menghilangkan informasi tertentu, media dapat membentuk interpretasi yang berbeda.
4. *Elaboration* (Pengembangan): Media mengembangkan elemen-elemen yang dipilih dan ditekankan untuk memberikan makna tambahan dan mendalam. Ini sering melibatkan penggunaan analisis, komentar, dan konteks tambahan.

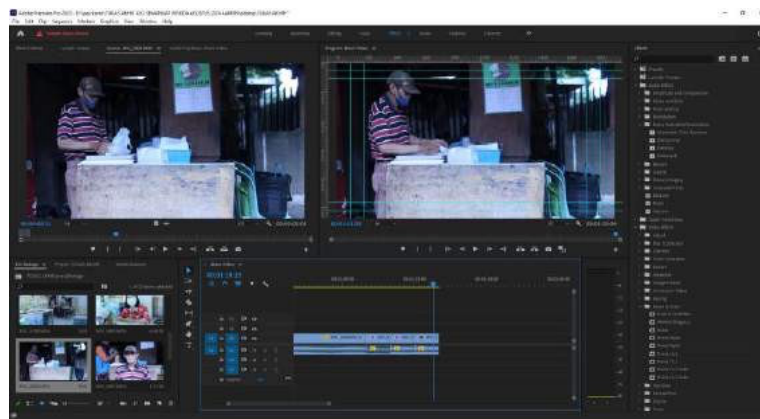
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dikutip dari buku “Key Concepts in Journalism Studies”, Semetko dan Valkenburg meneliti bahwa ketika orang memiliki sedikit pengetahuan langsung tentang sebuah peristiwa, mereka semakin bergantung pada media berita untuk mendapatkan informasi, serta pemahaman atau interpretasi tentang peristiwa tersebut. Klaim dari teoritikus *framing* adalah bahwa media membingkai realitas untuk audiens mereka: 'cara orang berpikir tentang suatu isu,' menurut argumen ini, 'bergantung pada bagaimana isu tersebut dibingkai oleh media'. Hasilnya adalah 'versi realitas yang dikonstruksi oleh media' (Callaghan dan Schnell, 2001: 184). Dalam pengertian ini, teori *framing* menjadi bagian dari literatur yang lebih luas tentang efek media. (Franklin et al., 2005: 85)

Dalam video *feature* “Kuliner Legendaris: Sukses Melintasi Dekade” yang dibuat oleh penulis dan tim, menginginkan video ini ditangkap sebagai sebuah video informatif dimana *online food delivery* tidak menjadi acuan kesuksesan usaha kuliner, melainkan ada satu dan banyak hal lain yang mendukung berjalannya sebuah usaha. Hal ini bertujuan agar para masyarakat fokus dengan sudut pandang seorang penjual lewat sebuah wawancara langsung dengan pemilik usaha. Dengan sebuah video yang menggunakan teknik reportase, tim produksi tidak bisa membuat video ini dalam model *staging*, atau semua yang dibicarakan di dalamnya merupakan hasil naskah. Video dengan teknik reportase harus menyajikan fakta yang ada di lapangan sebagaimana mestinya. Namun, bagian mana yang ingin ditampilkan dalam video untuk menyampaikan pesan yang ingin disalurkan jurnalis kepada audiens membutuhkan teknik *framing*.

Sebagaimana yang sudah dipaparkan pada oleh Tankard, *framing* memiliki beberapa elemen kunci, yaitu *selection* (seleksi), *emphasis* (penekanan), *exclusion* (pengabaian), dan *elaboration* (pengembangan). Elemen-elemen inilah yang diterapkan dalam proses *editing* video *feature* “Kuliner Legendaris: Sukses Melintasi Dekade”. Proses *editing* sendiri memiliki beberapa step yang dilakukan, mulai dari *logging*, *offline editing*, *online editing*, dan *rendering*.

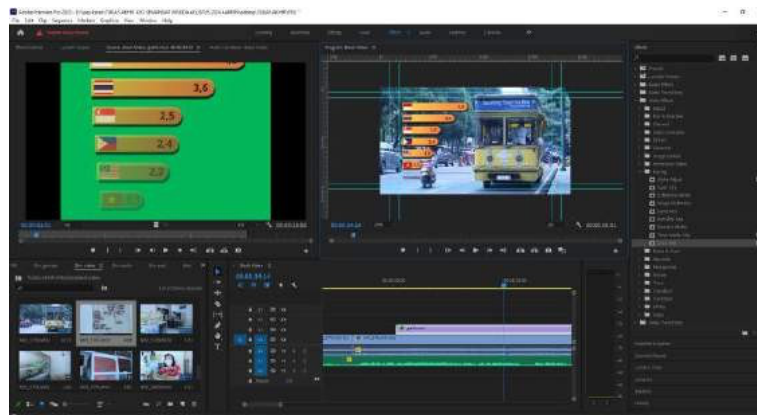
Dalam proses *logging*, dilakukan penyortiran *footage-footage* apa saja yang nantinya akan dimasukkan ke dalam video (*selection*), hal ini disesuaikan dengan visi yang ingin disampaikan oleh penulis naskah dan sutradara. Selanjutnya, pada proses *offline editing*, *Footage-footage* wawancara yang diambil akan disusun sedemikian rupa agar sesuai dengan jalan cerita yang diinginkan bersama dengan narasi. Tahap ini juga menerapkan teknik *framing* dimana *cutting* video hanya di bagian-bagian yang selaras dengan *storyline* (*emphasis*) dan mengabaikan bagian yang tidak diperlukan (*exclusion*).



Gambar 1. Proses *Offline Editing* dengan Adobe Premiere Pro

Sumber: Penulis, 2024

Tahap selanjutnya dalam *editing* video adalah tahap *online editing*. Pada tahap ini, video akan mulai ditambahkan grafis, gambar, lalu efek-efek visual seperti transisi, blur, dan *color grading*. Selain itu, dilakukan juga pemerataan desibel audio dari semua hasil wawancara dan *voice over* agar tidak ada ketimpangan volume audio. Terakhir, ditambahkan *background* musik agar bisa menyesuaikan *mood* dari video. Teknik *framing* ini juga diterapkan dalam proses *online editing* lewat aset-aset grafis dan gambar yang dimasukkan sebagai informasi tambahan (*elaboration*).



Gambar 2. Proses Penambahan Grafis Informatif dengan Adobe Premiere Pro

Sumber: Penulis, 2024

KESIMPULAN

Editing video memiliki beberapa tahap yaitu *logging* dimana editor bertanggung jawab memilih klip, lalu *offline editing* dimana editor mengatur urutan gambar, dan *online editing* dimana *editor* menambahkan efek visual serta audio untuk menyalurkan pesan yang ingin disampaikan oleh penulis naskah dan sutradara kepada audiens lewat video, hingga saat video tersebut selesai diedit maka tugas editor video yang terakhir melakukan *rendering* hingga video tersebut siap untuk diunggah dan ditonton oleh para target audiens. Teknik *framing* diterapkan dalam berbagai tahap *editing*, mulai dari pemilihan klip (*selection*), penekanan aspek-aspek

penting (*emphasis*), pengabaian elemen yang tidak relevan (*exclusion*), hingga pengembangan informasi tambahan (*elaboration*). Teknik ini memungkinkan pembentukan persepsi audiens sesuai dengan tujuan cerita yang ingin disampaikan.

Mengingat peran seorang video editor dalam keseluruhan proses produksi video *feature*, sangat penting bagi editor untuk terus mengasah keterampilan teknis dan kreatifnya. Pelatihan berkelanjutan, eksplorasi teknik-teknik baru, akan membantu editor dalam memilih klip, mengatur urutan gambar, dan menambahkan efek visual serta audio. Penerapan teknik *framing* harus dioptimalkan pada setiap tahap *editing* untuk memastikan bahwa cerita yang disampaikan sesuai dengan tujuan narasi.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Ilmiah

Callaghan, K., & Schnell, F. (2001). Assessing the Democratic Debate: How the News Media Frame Elite Policy Discourse. *Political Communication*, 18, 184. doi.org/10.1080/105846001750322970

Holy, M. (2021). *Media Framing of the Coronavirus in Croatia*. 4. doi.org/10.46640/imr.10.18.3

Buku

Fachruddin, A. (2012). *Dasar-Dasar Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Kencana.

Franklin, B., Hamer, M., Hanna, M., Kinsey, M., & Richardson, J. E. (2005). *Key Concepts in Journalism Studies*. SAGE Publications.

Reese, S. D., Gandy, O. H., & Grant, A. E. (Eds.). (2001). *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Lawrence Erlbaum Associates.

Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia.

Tankard, J. W. (1991). *Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement*.

Media Online

Amalia, A. C. (April 13, 2020). *Teori Agenda Setting dan Framing dalam Media Relations*. BINUS UNIVERSITY. Diakses pada 26 Juni, 2024, dari <https://binus.ac.id/malang/2020/04/teori-agenda-setting-dan-framing-dalam-media-relations/>

Annur, C. M. (Februari 27, 2024). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024*. Databoks. Diakses pada 23 Juni, 2024, dari

Comit: Communication, Information and Technology Journal

Volume 2 Nomor 2 (2024) 480 – 486 E-ISSN 2986-5395

DOI: 10.47467/comit.v2i2.3845

..
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>