

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivis, karena dilaksanakan dengan berpedoman pada konsep yang sudah ada sebelumnya. Auguste Comte, bapak positivistik menyatakan untuk pertama kalinya bahwa ilmu pengetahuan dapat diperoleh melalui pengamatan terhadap suatu hal atau fenomena yang dapat diamati secara nyata. Lebih lanjut ia juga menekankan tentang pentingnya data dan fenomena empiris baik langsung maupun tidak langsung, sebagai sumber utama dan satu-satunya dalam merumuskan pengetahuan, yang disebutnya sebagai '*positive knowledge*'.

Definisi dari paradigma klasik (positivis) adalah metode yang terorganisir untuk mengombinasikan logika berpikir secara deduktif dan pengamatan dari pelaku individu untuk menemukan hubungan sebab akibat yang biasa dipergunakan untuk memprediksi pola umum dari suatu gejala (Lawrence, 2000).

Secara metodologis, paradigma positivis menyatakan pertanyaan penelitian dan hipotesis di awal penelitian, untuk kemudian diuji secara empiris. Paradigma positivis memandang realitas sebagai sesuatu yang ada di luar sana dan diatur oleh mekanisme alamiah. Kepentingan utama dari penelitian dengan paradigma positivis adalah untuk menemukan kebenaran universal dengan membuktikan konsep-konsep atau variabel tertentu.

3.2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berorientasi pada hasil yang bersifat pasti, jelas, dan dengan pembuktian hipotesis. Alur berpikir yang mendasari penelitian dengan pendekatan ini adalah deduktif, yang berarti penelitian didasarkan pada teori atau konsep tertentu yang akan dibuktikan atau untuk menjawab permasalahan.

3.3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) dengan dari rekaman berita yang sudah dikumpulkan sebelumnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah. Ia bertujuan memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru, menyajikan 'fakta' dan panduan praktis pelaksanaannya. Analisis isi berarti membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya (Klippendorff, 1993, diterjemahkan oleh Wajidi).

Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.

Berita yang dikumpulkan akan dianalisis dan dikoding sesuai dengan indikator yang telah dijabarkan dalam kerangka konsep. Indikator ini merupakan indikator yang relevan dan telah diidentifikasi dapat menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman khalayak terhadap suatu berita televisi.

Analisis isi tidak dapat diberlakukan pada semua penelitian sosial. Analisis isi dapat dipergunakan jika memiliki syarat berikut.

1. Data yang tersedia sebagian besar terdiri dari bahan-bahan yang terdokumentasi (buku, surat kabar, pita rekaman, naskah/manuskrip).
2. Ada keterangan pelengkap atau kerangka teori tertentu yang menerangkan tentang dan sebagai metode pendekatan terhadap data tersebut.
3. Peneliti memiliki kemampuan teknis untuk mengolah bahan-bahan/data-data yang dikumpulkannya karena sebagian dokumentasi tersebut bersifat sangat khas/spesifik.

Penelitian dengan metode analisis isi ini bersifat deskriptif. Dalam praktiknya, hal ini mudah dilakukan dengan cara membandingkan isi pesan dari dua sumber yang berbeda (Massofa, 2008).

3.4. Jenis Penelitian berdasarkan Tujuan

Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan sesuatu, tetapi dalam bentuk yang sudah terstruktur. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pola sensasionalisme dalam dimensi isi dan format berita televisi di Metro TV dan TV One. Untuk mendeskripsikannya, disediakan ukuran-ukuran tertentu yang berasal dari konsep-konsep yang digunakan. Setelah itu, hasil keduanya akan dibandingkan untuk melihat keunggulan mereka dalam hal sensasionalisme. Penelitian ini juga bukan bertujuan untuk melakukan generalisasi, namun penjelasan per indikator yang mengasosiasikan hal tertentu.

3.5. Populasi dan Karakteristiknya

Populasi dalam penelitian ini adalah program berita di stasiun televisi swasta nasional, Metro TV dan TV One. Program berita yang diambil sebagai populasi dalam penelitian ini adalah program siaran berita di siang hari, yaitu Metro Siang (Metro TV) dan Kabar Siang (TV One). Keduanya tayang setiap hari, pukul 12.00. Metro Siang berdurasi 30 menit, sedangkan Kabar Siang berdurasi 60 menit.

Program yang akan diambil adalah sepanjang satu bulan, September 2008. Bulan ini dipilih karena merupakan bulan Ramadhan, yaitu ketika masyarakat Indonesia yang beragama Islam menjalankan ibadah puasa. Sesuai dengan proporsi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, informasi seputar bulan Ramadhan menjadi sangat penting untuk mengetahui informasi teraktual, terutama berkaitan dengan kebutuhan informasi untuk mendukung ibadah puasa masyarakat.

3.6. Prosedur Penarikan Sampel

Sampel adalah bagian anggota populasi yang diambil melalui prosedur tertentu sehingga mewakili populasinya. Data dikumpulkan dari pengumpulan rekaman berita selama 30 hari, sepanjang September 2008. Program berisi beberapa paket berita. Paket berita inilah yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini. Paket didefinisikan sebagai suatu rangkaian cerita yang lengkap dan dapat berdiri sendiri, tanpa intro dari anchor, obrolan anchor, promosi, dan logo iklan.

Berdasarkan penjabaran metode penelitian oleh Gay (1976), untuk penelitian deskriptif, sampel minimal adalah sejumlah 10%, dan untuk populasi yang relatif kecil minimal 20%. Teknik pengambilan sampelnya adalah *systematic random sampling*. Peneliti pertama-tama memilih tiga topik berita yang akan diteliti, yaitu seputar razia makanan, pembagian zakat, dan mudik lebaran. Kemudian paket-paket berita dalam 30 program selama satu bulan itu dikelompokkan berdasarkan topik tersebut. Kemudian dipilahlah 20% dari masing-masing topik dan menghasilkan 48 sampel paket berita

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan informasi yang dapat dimanfaatkan untuk menjawab permasalahan penelitian secara objektif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui perekaman program berita. Program berita tersebut kemudian dibedah dengan metode analisis isi (*content analysis*), yang kemudian dikoding berdasarkan indikator yang telah dirumuskan sebelumnya.

Dari berbagai topik yang dihadirkan dalam program berita selama September 2008 ini dikelompokkan per topik. Kemudian peneliti memilih tiga topik yang terlihat sering muncul dalam program berita selama 30 hari, yaitu berita seputar informasi ramadhan. Tiga topik itu antara lain: (1) razia makanan; (2) pembagian zakat; dan (3) mudik lebaran.

Pada bulan Ramadhan ini, pemerintah Indonesia melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) bekerjasama dengan pemerintah daerah melakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap makanan yang diperdagangkan baik di pasar tradisional maupun modern. Tindakan ini

dilakukan demi memperlancar ibadah puasa masyarakat Indonesia, yang mayoritas beragama Islam. Dari pengawasan makanan tersebut ditemukan isu perdagangan daging gelonggongan (daging yang tidak segar, busuk, berulat), ayam tiren (mati kemarin), dan juga makanan kadaluarsa. Oleh karena itu, berbagai liputan mengenai perdagangan daging gelonggongan, ayam tiren, dan makanan kadaluarsa, dalam penelitian ini termasuk dalam topik razia makanan. Tidak hanya itu, peneliti juga melihat dominasi isu perdagangan daging sampah selama bulan September 2008 ini. Daging sampah adalah daging sisa restoran atau hotel yang telah tercampur dengan sampah, kemudian diolah kembali dan di perdagangkan di pasar tradisional. Perdagangan daging sampah juga masuk ke dalam kategori topik razia makanan. Untuk topik razia makanan, peneliti menemukan 24 paket berita dalam program Metro Siang dan 27 paket dalam program Kabar Siang (TV One) dari tanggal 1 sampai 30 September 2008. Kemunculan paket yang paling banyak terdapat di tanggal 12 September, yaitu sebanyak 7 paket (Metro Siang) dan 8 paket (Kabar Siang).

Topik pembagian zakat juga dipilih sebagai sampel penelitian, karena informasi mengenai pembagian zakat juga sering berulang dalam program berita di bulan Ramadhan beberapa tahun terakhir, selain topik razia makanan. Pembagian zakat yang merupakan bentuk ibadah wajib bagi umat Islam, biasa dilakukan pada saat bulan puasa. Di tahun 2008 ini, informasi seputar pembagian zakat diwarnai kericuhan akibat tidak adanya pengawasan dari aparat. Kasus ini terjadi di Pasuruan, Jawa Timur, 15 September 2008. Pemberitaan mengenai kasus ini cukup gencar, karena pembagian zakat yang tidak teratur ini mengakibatkan 21 orang meninggal dunia karena sesak napas dan terinjak-injak. Sebanyak 10 paket dari Metro Siang dan 22 paket dari Kabar Siang berhasil dikumpulkan oleh peneliti. Paket terbanyak mengenai topik pembagian zakat ini mengumpul di tanggal 16 September 2008.

Informasi seputar mudik lebaran mengisi program berita Metro Siang dan Kabar Siang sejak hari pertama di bulan September 2008. Bahkan, masing-masing stasiun televisi ini membuat segmentasi khusus untuk

informasi mudik. Metro TV dengan segmen holiday travel, dan TV One dengan Kabar Mudik. Liputan yang termasuk dalam kategori topik mudik lebaran adalah yang berisi informasi kepadatan arus mudik, persiapan sarana transportasi mudik, harga tiket, kriminalitas dalam mudik, kecelakaan mudik, hingga tips mudik yang aman. Peneliti menemukan banyak paket yang tergolong topik mudik, yaitu 72 paket (Metro Siang) dan 71 paket (TV One). Penumpukkan jumlah paket berada di tanggal-tanggal akhir, menjelang hari lebaran (26-30 September 2008).

Dari paket-paket yang sudah dikategorikan tersebut, peneliti mengambil sampel sebesar 20% dari jumlah masing-masing topik per program berita. Sehingga didapatkan:

Tabel 1. Jumlah Sampel Paket Berita Metro Siang dan Kabar Siang

	Metro Siang	Kabar Siang
Topik Razia Makanan	5 paket	6 paket
Topik Pembagian Zakat	2 paket	5 paket
Topik Mudik Lebaran	15 paket	15 paket
Total	22 paket	26 paket

Dari penggolongan paket-paket berita, peneliti melihat bahwa topik yang disiarkan dalam program Metro Siang dan Kabar Siang memiliki pola yang hampir serupa. Tidak ada perbedaan yang sangat signifikan. Hal ini memperlihatkan bahwa kedua stasiun televisi khusus berita ini memiliki ketertarikan yang sama dalam pemilihan topik untuk disampaikan pada khalayak.

Koding terhadap instrumen dibagi menjadi 3: (1) kategori skala, ketika pengkoder harus menentukan kategori 1-3 untuk melihat tingkat dramatis yang diberikan oleh *sound effect*, musik, dan *tone* suara reporter; (2) kategori evaluatif, untuk mengklasifikasikan topik-topik berita, dan juga untuk melihat apakah ada cara penceritaan personalisasi; (3) kategori numerik, pendekatan perhitungan kuantitatif untuk mengukur jumlah, interval waktu, dsb.

3.7. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah paket berita dari kedua program. Paket berita adalah rangkaian video yang telah dikemas untuk menyajikan suatu topik berita. Penanda suatu paket adalah diawali oleh intro dan ditutup oleh pembaca berita di studio. Dalam penelitian ini, hanya paket saja yang diukur. Intro, obrolan, dsb dari pembaca berita, iklan, logo pengiklan, tidak termasuk.

3.8. Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian yang akan digunakan sebagai alat ukur diuji terlebih dahulu tingkat reliabilitasnya, dengan menggunakan Cohen's Kappa. Apabila angka pengukuran reliabilitas ini berada di atas angka 0.6, maka instrumen tersebut reliabel.

Dari pengujian reliabilitas beberapa indikator, maka indikator tersebut termasuk reliabel. Angka uji reliabilitas berkisar antara 0.667 sampai dengan 1.000. Berikut rincian hasil uji reliabilitas:

1. Pemilihan Topik	
a. Kriminalitas	1.000
b. Kecelakaan/Bencana	1.000
c. Selebriti	1.000
d. Skandal	1.000
e. Seksualitas	1.000
f. Politik	1.000
g. Ekonomi	1.000
h. Pendidikan	1.000
i. Kesehatan	1.000
j. Sosial	1.000
2. Dramatic Pictures	
a. Kerusuhan	0.667
b. Pengejaran	0.667
c. Kebakaran	1.000

d. Kerusakan	0.667
e. Mayat	0.667
f. Eksploitasi Seksual	1.000
g. Orang Kelaparan	1.000
3. Narasumber	
a. Politisi	1.000
b. Expert	1.000
c. Layperson	1.000
4. Verbalisasi Emosi	
a. Kebahagiaan	0.667
b. Kesedihan	1.000
c. Ketakutan	0.667
d. Kemarahan	0.667
5. Personalisasi	1.000

Sedangkan, untuk dimensi format, tidak bisa dihitung reliabilitasnya karena bukan merupakan indikator yang dikotomus (pengelompokkan), melainkan perhitungan. Reliabilitas dalam analisis isi berfungsi untuk melihat kecocokan antar interkoder atau *intercoder reliability*, yaitu reproduksibilitas (derajat sejauh mana proses dapat diciptakan kembali dalam berbagai keadaan yang berbeda, di lokasi berbeda). Reliabilitas ini untuk melihat data dapat direproduksi oleh peneliti independen lain dengan menggunakan instruksi pengkodean yang sama terhadap serangkaian data yang sama. Jika jawaban antar 2 pengkoder ini tercapai kecocokan sempurna, maka keandalannya terjamin (Krippendorff, 1993, diterjemahkan oleh Wajidi).

3.9. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan materi berita yang bisa diperoleh peneliti membuat peneliti harus memperkecil jangkauan penelitian, hanya ke dalam topik-topik tertentu di bulan Ramadhan. Penelitian terhadap sampel penelitian yang

lebih luas bisa jadi memberikan gambaran yang lebih umum mengenai sensasionalisme dalam berita televisi.



3.10. OPERASIONALISASI KONSEP

Tabel 2. Operasionalisasi Konsep Sensasionalisme – Dimensi Isi

No.	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
1	Sensasionalisme	Isi	Pemilihan Topik (Unit Analisis: Paket)	Kriminalitas,	Pelanggaran hukum	Ada/Tidak	Ada berarti makin sensasional
				Kecelakaan / bencana	Kejadian tak terduga yang sifatnya menghancurkan	Ada/Tidak	Ada berarti makin sensasional
				Berita selebriti	Informasi dari orang-orang terkenal di dunia seni	Ada/Tidak	Ada berarti makin sensasional
				Skandal	Isu penyelewengan	Ada/Tidak	Ada berarti makin sensasional
				Seksualitas	Eksplorasi seksual	Ada/Tidak	Ada berarti makin sensasional
				Politik		Ada/Tidak	Ada berarti makin non-sensasional
				Ekonomi		Ada/Tidak	Ada berarti makin non-sensasional
				Pendidikan		Ada/Tidak	Ada berarti makin non-sensasional
				Kesehatan		Ada/Tidak	Ada berarti makin non-sensasional
			Sosial		Ada/Tidak	Ada berarti makin non-sensasional	
		Pemilihan Gambar	Kerusuhan	- Huru-hara - Termasuk keramaian	Jumlah (berdasarkan	Makin banyak, makin sensasional	

No.	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
			(Unit Analisis: Paket)		(demonstrasi) - Tindakan anarkis	<i>shot</i>)	
				Pengejaran/pencarian	- Pihak berwenang dalam proses pengejaran tersangka	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
				Kebakaran	- Gedung atau suatu lokasi terbakar	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
				Bencana/kerusakan	- Hancurnya gedung atau suatu lokasi - Bencana alam (banjir, longsor, badai) - Hal yang tidak layak, seperti: daging busuk, berulat, dsb)	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
				Mayat	- Gambar orang mati diperlihatkan secara vulgar	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
				Eksplorasi Seksual	- Gambar eksploitasi hubungan intim - Gambar bagian tubuh manusia secara vulgar	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
				Orang Kelaparan	- Gambar orang-orang busung lapar - Gambar orang-orang yang sedang	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
			Penggunaan Narasumber (Unit Analisis: Paket)	Politisi	Tokoh dalam pemerintahan	Jumlah	Makin banyak, makin tidak sensasional
				Expert	Ahli yang memiliki pengetahuan atau pengalaman khusus	Jumlah	Makin banyak, makin tidak sensasional

No.	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
				Layperson	Masyarakat sipil yang tidak tergolong politisi atau expert	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
			Verbalized Emotions (Unit Analisis: Paket)	Happiness	Subjek dalam gambar menunjukkan ekspresi kebahagiaan (ceria, senyum, tertawa)	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
				Sadness	Subjek dalam gambar menunjukkan ekspresi kesedihan (menangis, muram)	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
				Fear	Subjek dalam gambar menunjukkan ekspresi ketakutan (panik)	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
				Anger	Subjek dalam gambar menunjukkan ekspresi kemarahan (berteriak-teriak, mimikwajah marah)	Jumlah	Makin banyak, makin sensasional
			Personalisasi (Unit analisis: paket)	Gaya penceritaan yang mengambil sisi kehidupan subjek, dari kegiatan sehari-hari atau situasi personal lainnya (subjek: korban, pelaku, dsb)		Ada/Tidak	Ada akan makin sensasional

Tabel 3. Operasionalisasi Konsep Sensasionalisme – Dimensi Format

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
2	Sensasionalisme	Format	Manuver video (Unit analisis: paket)	Permainan Zoom	Zoom-in	shot dimulai dari gambar yang lebar lalu lama kelamaan fokus pada detil tertentu	- jumlah - interval waktu (jarak antar yg satu dgn yg lain) - % dari total <i>shot</i>	-jumlah: <i>Zoom-in</i> dibanding <i>zoom-out</i> lebih besar, akan lebih sensasional - interval waktu: Makin kecil, makin sensasional - % dari total <i>shot</i> : makin besar makin, makin sensasional
					Zoom-out	shot dimulai dari gambar yang detil, lalu lama kelamaan melebar	- jumlah - interval waktu - % dari total <i>shot</i>	-jumlah: <i>Zoom-out</i> dibanding <i>zoom-in</i> lebih besar, akan lebih non-sensasional - interval waktu: Makin kecil, makin nonsensasional - % dari total <i>shot</i> : makin besar makin, makin non-sensasional
				<i>Eyewitness Perspective</i> (kamera subjektif)	gambar yang bergoncang, layaknya kamera dipikul orang sedang berlari	- rata-rata durasi - interval waktu - % dari total durasi	- rata-rata durasi: makin besar makin sensasional - interval waktu: makin kecil, makin	

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
								sensasional - % dari total durasi: makin besar makin sensasional
			Perspektif kamera	<i>High level</i>	Sudut pandang dari atas subjek	- jumlah - % dari total perspektif	- jumlah: makin banyak, makin sensasional - %: makin besar makin sensasional	
		<i>Eye level</i>		Sudut pandang sejajar subjek	- jumlah - % dari total perspektif	- jumlah: makin banyak, makin tidak sensasional - %: makin besar makin tidak sensasional		
		<i>Low level</i>		Sudut pandang dari bawah subjek	- jumlah - % dari total perspektif	- jumlah: makin banyak, makin sensasional - %: makin besar makin sensasional		
				<i>Close up</i>	Gambar wajah manusia terlihat secara detil dan memenuhi layar, sekitar ¾ bagian layar.	- jumlah	- jumlah: makin banyak, makin sensasional	
		Efek dekoratif (Unit)	<i>Audio Manipulations</i> (Manipulasi)	Suara Natural	Suar a asli yang berasal dari lokasi kejadian, seperti bom, orang	- durasi - jumlah - interval waktu	- Durasi: makin besar makin sensasional - jumlah, interval	

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
			analisis: paket)	SUara)		menangis, dsb)	- % dari total durasi - skala 1-3	waktu, % →IDEM - skala 1 → kurang dramatis - skala 2 → dramatis - skala 3 → sangat dramatis
					<i>Sound effects</i>	suara tambahan di luar suara <i>ambience</i> (natural sound), <i>voice over</i> , dan musik. Contoh: suara detik jam, sirene polisi, yang bukan berasal asli dari lokasi kejadian	- durasi - jumlah - interval waktu - % dari total durasi - skala 1-3	- Durasi: makin besar makin sensasional - jumlah, interval waktu, % →IDEM - skala 1 → kurang dramatis - skala 2 → dramatis - skala 3 → sangat dramatis
					Musik	Musik tambahan	- durasi - jumlah - interval waktu - % dari total durasi - skala 1-3	IDEM
					<i>Voice Tone</i>	Suara reporter: pitch yang tinggi, tempo sangat cepat, variasi nada suara sangat banyak	- skala 1-3	IDEM
			Efek transisi		Rata- rata Durasi per <i>shot</i> (length of <i>shot</i>)	durasi paket berita : jumlah <i>shot</i>	Jumlah detik per <i>shot</i>	Durasi makin lama, makin sensasional

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
					<i>Wipe</i>	gambar mendorong gambar lain keluar dari layar.	Pertama dihitung total <i>editing transitions</i> dalam satu paket, kategori: - jumlah - interval waktu - % of all transitions (trmsk cut) Lalu khusus wipe: - jumlah - interval waktu - % of all transitions (trmsuk cuts)	- jumlah: makin banyak makin sensasional - time interbal: makin kecil makin sensasional - %: Makin besar makin sensasional
					<i>Dissolve</i>	Transisi sebuah gambar ke gambar lain yang di dalam proses pergantian tersebut terjadi penumpukan gambar (overlap)	- jumlah - interval waktu - % of all transitions (trmsuk cuts)	IDEM
					<i>Flash</i>	memasukkan video putih polos di antara dua <i>shot</i>	- jumlah - interval waktu - % of all transitions (trmsuk cuts)	IDEM
					<i>Fade</i>	gambar muncul secara perlahan setelah video hitam polos. Atau sebaliknya, gambar menghilang perlahan menuju video hitam polos.	- jumlah - interval waktu - % of all transitions (trmsuk cuts)	IDEM

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
					<i>Slide and peel</i>	Efek transisi layaknya membalikkan halaman buku.	- jumlah - interval waktu - % of all transitions (trmsuk cuts)	IDEM
					<i>Rotation and bounce</i>	gambar berotasi atau berputar pada sumbu vertikal atau jatuh di atas sumbu horizontal 360 derajat.	- jumlah - interval waktu - % of all transitions (trmsuk cuts)	IDEM
					<i>Fly</i>	Efek miniatur gambar dan pada saat yang bersamaan bergerak dan berputar pada posisi baru dalam layar atau justru keluar dari layar.	- jumlah - interval waktu - % of all transitions (trmsuk cuts)	IDEM
					<i>Frame within a frame</i>	Ketika sebuah lapisan gambar muncul, di dalam lapisan pertama dari video yang sedang tampil. Efek ini juga dikoding apabila frame yang akan menimpa, atau layer kedua, menggantikan lapisan pertama.	- jumlah - interval waktu	IDEM

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
				Efek non-transisi	<i>Supers / superimposed</i>	Setiap ada kata-kata yang dituliskan baik pada latar grafis maupun gambar bergerak.	Pertama dihitung total <i>editing</i> non-transitions dalam satu paket, kategori: - jumlah (tidak termasuk slow motion) Lalu khusus supers: - jumlah - interval waktu	- jumlah: makin banyak makin sensasional - time interbal: makin kecil makin sensasional
					<i>Split screen</i>	Teknik ini merupakan pembagian layar secara vertical menjadi dua bagian. Masing-masing bagian menunjukkan gambar yang berbeda.	- jumlah - interval waktu	IDEM
					<i>Freeze frame</i>	gambar yang muncul pada layar tetap pada posisi yang sama sepanjang <i>shot</i> , tanpa pergerakan sama sekali (gambar tinggal diam), maka <i>freeze frame</i> dikoding.	- jumlah - interval waktu	IDEM
					<i>Compression</i>	Indikator ini dikoding ketika objek yang tampil pada layar lebih panjang dan ramping,	- jumlah - interval waktu	IDEM

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
						atau lebih besar dan lebar, dengan mengubah aspek rasio layar 4:3.		
					<i>Posterization</i>	Tampilan grafis yang tidak memperlihatkan warna asli dari gambar, melainkan level warna dan luminancinya diubah-ubah.	- jumlah - interval waktu	IDEM
					<i>Snapshot</i>	Keseluruhan layar televisi dibagi ke dalam beberapa frame gambar yang lebih kecil.	- jumlah - interval waktu	IDEM
					<i>Secondary frames</i>	Ketika minimal ada dua gambar yang diletakkan sejajar pada angle yang tipis pada sebuah layar.	- jumlah - interval waktu	IDEM
					<i>Echo effect</i>	Disebut juga mirror effect, untuk menyebutkan teknik gambar yang sama diulang, seolah-olah diletakkan di depan cermin.	- jumlah - interval waktu	IDEM

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Keterangan
					<i>Highlighting</i>	Efek ini dikoding apabila terlihat gambar diberikan efek highlight (sorotan) agar mengundang perhatian khalayak.	- jumlah - interval waktu	IDEM
					<i>Mosaic</i>	Digunakan untuk menutupi atau mengaburkan wajah seseorang untuk melindungi identitas orang tersebut.	- jumlah - interval waktu	IDEM
					<i>Slow Motion</i>	Gambar bergerak perlahan	- rata-rata durasi - interval waktu	- rata-rata durasi: makin besar makin sensasional - interval waktu: makin kecil, makin sensasional
					<i>Repeating of images</i>	Gambar yang sama diulang berkali-kali	- Jumlah jenis <i>shot</i> yang diulang - Rata-rata jumlah pengulangan berbagai <i>shot</i>	- jenis: makin banyak makin sensasional - jumlah pengulangan: makin besar makin sensasional