

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Informasi hadir ke lingkup masyarakat melalui peran media massa. Terlebih lagi saat internet masuk, media massa juga ikut berkembang menjadi media online atau bisa juga dikenal dengan istilah media baru. Berdasarkan artikel yang diterbitkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (apjii.or.id), mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5 persen, artinya peningkatan 1,4% dibandingkan dengan periode sebelumnya.



Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2023

Media *online* kini berperan penting dalam persaingan antar media massa, mengingat hadirnya digitalisasi mempengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat. Tren terbaru menunjukkan media pemberitaan merambah pada platform media sosial. Media sosial berperan penting untuk khalayak mengakses berita digital (Helmi & Sumardijati, 2023).

Fenomena ini dikutip dari artikel Kompas.id bahwa *Reuters Intitute* dan Universitas Oxford dalam publikasi terbarunya *Digital News Report (DNR) 2023* menemukan bahwa posisi media sosial semakin mendominasi karena besaran persentase khalayaknya mencapai 30 persen (Kompas.id, 2023). Dari sekian banyak *platform* media sosial menurut survei DNR 2023, diketahui *Facebook* masih menjadi pilihan teratas sebagai wadah penyalur berita sehari-hari sebanyak 41 persen responden dari semua golongan umur khalayak (Krisdamarjati, 2023). Adapun dari rujukan *We Are Social* berdasarkan data demografis, audiens milenial muda menyumbang 29,6 persen pengguna aktif *Facebook*, sedangkan audiens generasi Z sebesar 22,6 persen. Lalu pada peringkat kedua terdapat *Youtube* yang dipilih oleh 30 persen audiens berita digital dengan karakter demografis audiens yang tidak jauh berbeda dengan *Facebook*. Total akumulasi dari tiga generasi; milenial muda, milenial tua, dan generasi Z yaitu mencapai 1,3 miliar pengguna diseluruh dunia.

Kemudian, disusul dengan media sosial *Whatsapp* (21%), *Instagram* (18%), *Twitter* (12%), *Tiktok* (11%). Namun grafik tersebut tentunya tidak akan permanen berdasarkan topik dan minat audiens (Steele, 2023). Di sisi lain, pada laman CNN Indonesia.com mengunggah sebuah artikel (18/02/2023) berdasarkan laporan

Google Year on Search 2022 mengungkap bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia lebih memilih konten hiburan dan olahraga sesuai dengan minat publik masing-masing. *Google* memberi contoh konten yang berkaitan dengan olahraga berkembang menjadi pencarian terpopuler di *Youtube*. Kata kunci yang paling dicari diantaranya adalah sepak bola (300%), sedangkan badminton dan pingpong (40%). Selain konten olahraga, masyarakat juga tertarik mengakses layanan *streaming* musik dan konser hingga meningkat di atas 50 persen. Hal tersebut banyak diakses dengan kata kunci “*Youtube music*” (90%), “*streaming services*” (70%), dan “konser musik” untuk mencari konten yang diinginkan. Pada peringkat ketiga, konten tentang *stand-up comedy* menjadi atensi besar masyarakat di *Youtube Search* sebesar 50 persen, dan sisanya masyarakat Indonesia mencari layanan *streaming* film dan *series* (60%). *Google* menyampaikan bahwa muncul sebuah ekspektasi tentang suatu konten harus memenuhi kriteria kebutuhan individu tertentu. Hal tersebut jelas terlihat dari pencarian yang lebih personal dan relevan (cnnindonesia.com, 2023).

Berdasarkan laporan *Google Year on Search* sejak 2021-2022 ditemukan bahwa masyarakat memiliki minat baru terhadap olahraga, mulai dari penelusuran terpopuler dengan topik “Greysia Poli”, “Olimpiade Tokyo” pada tahun 2022, berlanjut dengan topik “Olahraga kardio”, “Badminton”, dan lain-lain pada tahun 2022. Hal terbaru yang juga tercatat dalam *Google Trends 2024* di Indonesia yaitu topik “Tenis kursi Paralimpiade”, “Renang Indah Olimpiade”, dan “Kualifikasi Piala Dunia” (*Google Trends*, 2024). Pemberitaan olahraga yang diliput oleh media berperan dalam penyampaian informasi secara tidak langsung tentang suatu

peristiwa kepada audiens olahraga. Olahraga dan media saling berhubungan dan saling bergantung. Setiap cabang olahraga memiliki kesempatan sama untuk dipublikasikan dalam media (Haryati, dkk., 2017; Ratnaningtyas & Muhammad, 2023).

Popularitas olahraga di Indonesia akhir-akhir ini menjadi sorotan dan mencuri atensi masyarakat Indonesia. Akan tetapi, pada pemberitaan olahraga khususnya mengenai atlet perempuan, media massa sering merepresentasikan perempuan dengan standar dari hasil konstruksi pribadi penulis berita. Hasilnya, sering terjadi pergeseran makna dan kekeliruan yang berujung pada terbentuknya stereotip tentang perempuan pada banyak berita, serta seringkali media membentuk *the value of women* dari penampilan baik fisik, perilaku, maupun objek yang dikenakan. Terlebih lagi, perempuan juga dituntut memenuhi ekspektasi sosial dengan perannya sebagai istri dan ibu (Paramita & Aulia, 2021). Hal tersebut terjadi juga dikarenakan salah satunya karena kurangnya pemahaman mengenai makna feminisme.

Maka dari itu, penulis akhir-akhir ini juga sangat tertarik mengikuti dan mengamati pemberitaan perkembangan olahraga, khususnya mengenai Megawati Hangestri, seorang atlet voli perempuan yang berasal dari Indonesia menjadi sangat terkenal dan dipuji oleh masyarakat Indonesia setelah ia berkesempatan bermain di Liga Voli Korea Selatan. Pemain voli putri Indonesia ini awalnya menjadi sorotan warganet Indonesia dan Korea Selatan karena penampilan memukau saat debut di Liga Voli Korea pada 2023 lalu. Peristiwa tersebut berawal dari rasa ketertarikan warga Korea Selatan terhadap penampilan Megawati Hangestri yang mengenakan

hijab, hal tersebut membuat ia mendapatkan sebutan sebagai atlet asing berhijab pertama yang bermain di Korea Selatan. Selain itu, warga Korea Selatan juga dibuat kagum dengan gaya permainan Megawati yang hebat selama bertanding sehingga ia memperoleh julukan “Megatron”. Tak lupa melalui peran media sosial, fenomena tersebut menjadi momen viral sampai ke Indonesia.

Menurut kutipan artikel berita CNBC Indonesia.com, Megawati Hangestri adalah atlet voli asal Jember, Jawa Timur kelahiran 20 September 1999. Perempuan yang memiliki tinggi badan 185 cm ini turut membela Tim Nasional (Timnas) Voli Indonesia dengan nomor punggung tiga. Menurut berbagai sumber, Megawati mengawali perjalanannya sebagai atlet voli sejak berusia 14 tahun. Karier profesional volinya diawali dengan bergabung ke klub Surabaya Bank Jatim di Livoli Divisi Utama 2015 (Salsabilla, 2024).



Gambar 1. 2 Megawati Hangestri Pertiwi (Sumber: thumbnail Kompas.com)

Sebelum menginjakkan kaki di lapangan voli Korea Selatan, Megawati sempat bermain untuk sejumlah klub di luar negeri, seperti *Supreme Chonburi-E. Tech* di Thailand pada 2020 hingga 2021 dan *Ha Phu Thanh Hoa* di Vietnam pada 2021 sampai 2022. Sejak bermain di Korea Selatan, sejumlah media setempat terus

menyoroti penampilan Megawati. Bahkan, Megawati disebut sebagai sosok yang "menyelamatkan" *Red Sparks* dari masa-masa suram. Terbukti, Megawati pun masuk ke dalam daftar lima besar top skor di paruh pertama musim 2023-2024 Liga Bola Voli Korea Selatan atau *Korean V-League* dan menjadi pemain *Red Sparks* dengan rapor terbaik.

Klub bola voli *JungKwanJang Red Sparks* merupakan klub voli Korea yang berdiri sejak tahun 1988 berbasis di *Arena Chungmu Gymnasium*, Kota Daejeon, Korea Selatan. Klub ini mendapatkan status klub profesional dan terdaftar sebagai anggota Federasi Bola Voli Korea (KOVO) pada tahun 2005. Pemilik dari klub ini adalah *Korea Ginseng Corporation* dan dipimpin oleh manajer tim bernama Bang Hyung-bong, sementara pelatih *Red Sparks* dipercayakan kepada Ko Hee-jin. Pada Liga Voli Korea, Klub *Red Sparks* pernah meraih prestasi terbaiknya yakni tiga kali juara pada tahun 2005, 2010, dan 2012 (Nadzib, 2024). Sejak Megawati bergabung dan melalui perannya, klub ini merasa sangat diuntungkan dan membawa banyak rekor atau prestasi baru setelah sekian lama meredup. Kini, *Red Sparks* kembali pada posisi tertingginya; berhasil meraih peringkat ketiga, lolos ke babak semifinal *play off* dan meraih *third runner-up* pada Liga Voli Korea musim 2023/2024 pada Oktober 2023 – Maret 2024 (Salsabilla, 2024).

Sejak fenomena tersebut membuat awak media massa di Indonesia juga ikut terus memantau dan bergegas menulis berbagai berita terkini terkait Megawati Hangestri selama di Korea. Media *online* menjadi media yang disukai oleh audiens, karena selain informasi yang diperoleh dengan mudah, cepat, dan aktual, audiens juga merasakan nyaman dengan hiburan yang ditawarkan oleh *platform* media

sosial. Sama seperti media massa lainnya, pada media *online* wartawan juga berperan penting dalam pemberitaan. Dengan berbagai pemberitaan dan informasi yang telah disampaikan, tidak sedikit khalayak yang merespon atau memberikan *feedback* kepada media tentang pemberitaan tersebut, sehingga audiens juga bisa beropini atau berpendapat tentang informasi yang didapat. Selain itu, ada juga pihak lain yang mempengaruhi isi dan alur pemberitaan, terlihat dari mana media tersebut didirikan dan juga kepemilikan media. Jika masyarakat cermat akan mudah melakukan literasi media, mudah memahami keutuhan suatu berita, terdapat sebuah kepentingan yang dibingkai oleh pemilik media, sehingga pemilik media dapat mempengaruhi isi pemberitaan.

Penulis tertarik untuk meneliti topik ini sekaligus ingin mengetahui bagaimana media-media pemberitaan Indonesia membingkai sosok atlet voli putri asal Indonesia, Megawati Hangestri selama bermain di Liga Voli Korea pada musim 2023/2024. Penulis memilih dua sudut pandang media *online* Indonesia, yakni Bola.com dan Okezone.com karena kedua media *online* ini memiliki fokus dan segmentasi audiens yang berbeda. Penulis mengambil beberapa artikel berita dari kedua media *online* tersebut sebagai sumber data untuk dikaji menggunakan metode analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang memiliki empat struktur (Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris) sebagai alat analisisnya. Keputusan media untuk memberitakan Megawati Hangestri didasarkan pada nilai berita (*newsworthiness*). Media Bola.com dan Okezone.com memberitakan Megawati Hangestri karena sebagai media, kebutuhan mereka adalah liputan informasi yang bisa diberitakan atau dipublikasikan agar bisa

dikonsumsi oleh para publik. Media cenderung meliput cerita yang memiliki potensi viral atau menarik perhatian luas menjadi pusat perhatian publik dapat meningkatkan jumlah pembaca, komentar, dan interaksi di situs mereka dengan sudut pandang tertentu dari masing-masing media dan dapat membentuk opini publik. Selain popularitas Megawati, topik ini juga memiliki relevansi segmen olahraga, dimana Bola.com sebagai media olahraga secara alami memberitakan atlet dan pertandingan, sedangkan Okezone.com yang multi-segmen, tetap memberikan ruang bagi olahraga karena topik ini menarik perhatian audiens luas.

Media *online* Bola.com adalah sebuah situs berita yang menyajikan informasi seputar dunia olahraga, baik dalam negeri maupun internasional. Bola.com resmi diluncurkan pada tanggal 28 April 2015, bertempat di SCTV Tower, Senayan City, Jakarta. Dari awal berdiri, Bola.com berharap sekaligus menjadikan target untuk bisa menjadi media olahraga nomor satu di Indonesia dan memiliki tujuan sebagai situs olahraga berkarakter independen dan informatif dengan motto “*Spirit of Inspiring*”, yang mengacu pada kepuasan penggunanya.

Media *online* Okezone.com merupakan portal *online* berita dan hiburan yang berfokus pada pembaca Indonesia baik yang berada di tanah air maupun yang tinggal di luar negeri. Terdapat beragam konten seperti berita umum, politik, peristiwa, internasional, ekonomi, *lifestyle*, selebriti, *sports*, bola, otomotif, teknologi, *travel*, *food*, haji, dan muslim. Okezone.com resmi diluncurkan (*Commercial Launch*) sebagai portal berita pada 1 Maret 2007. Lahirnya Okezone.com menjadi cikal-bakal bisnis *online* pertama milik PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNC), sebuah perusahaan media terintegrasi yang terbesar di Indonesia

dan Asia Tenggara. Dikutip dari Alexa.com bahwa mulai Juni 2019, Okezone menduduki peringkat ke-2 untuk kategori portal berita terpopuler di Indonesia. Prestasi ini tercipta karena semakin banyak pengunjung situs yang mengakses Okezone.com setiap harinya (okezone.com, 2023).

Media Bola.com dan Okezone.com mempublikasikan berita mengenai Megawati Hangestri tidak hanya sekadar untuk menyampaikan informasi, namun juga ada berbagai kepentingan strategis yang didasarkan oleh aspek komersial, editorial, dan sosial. Bola.com dikenal sebagai portal berita yang fokus pada dunia olahraga baik nasional maupun internasional, sedangkan Okezone.com mengombinasikan berita olahraga dengan berita umum dan hiburan. Popularitas Megawati Hangestri sebagai atlet voli Indonesia yang berprestasi di liga internasional, khususnya di Korea Selatan, menarik perhatian penggemar olahraga dan masyarakat umum. Melalui berita ini juga dapat mendukung narasi positif tentang olahraga Indonesia. Selain itu, media olahraga memiliki hubungan erat dengan kepentingan ekonomi, politik, dan hiburan. Media seperti Bola.com dan Okezone.com juga memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan dengan konten yang menarik (eksploitasi cerita inspiratif), melayani kepentingan sponsor atau pemangku kebijakan olahraga, serta menggiring opini publik sesuai kepentingan industri olahraga.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, peneliti menentukan fokus masalah yang akan ditelaah dalam penyusunan penelitian ini adalah “Bagaimana *framing* yang dibentuk oleh pemberitaan media *online* Bola.com dan

media *online* Okezone.com mengenai atlet Megawati Hangestri yang bermain di Liga Voli Korea?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami pembingkaihan yang dibentuk oleh media *online* Bola.com dan media *online* Okezone.com mengenai atlet voli Megawati Hangestri selama bermain di Liga Voli Korea.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dalam hal Akademis, penelitian ini ditujukan untuk melihat bagaimana *framing* terhadap perempuan yang dibentuk oleh media, khususnya dalam penelitian ini terkait atlet olahraga voli perempuan. Masyarakat dapat berpikir kritis dalam menanggapi suatu pemberitaan media *online*, terutama tentang bagaimana penggambaran perempuan dalam media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dalam hal Praktis, penelitian ini diharapkan dapat ditujukan kepada pengamat olahraga dan media massa, untuk mengetahui apa dan bagaimana *framing* terhadap atlet olahraga voli perempuan tersebut bisa terbentuk. Penelitian ini dapat berguna sebagai salah satu referensi yang ada dan menambah acuan, petunjuk, informasi, atau catatan pengetahuan untuk mendukung suatu penulisan bertautan dengan fenomena lainnya.