

BAB I

PENDAHULUAN

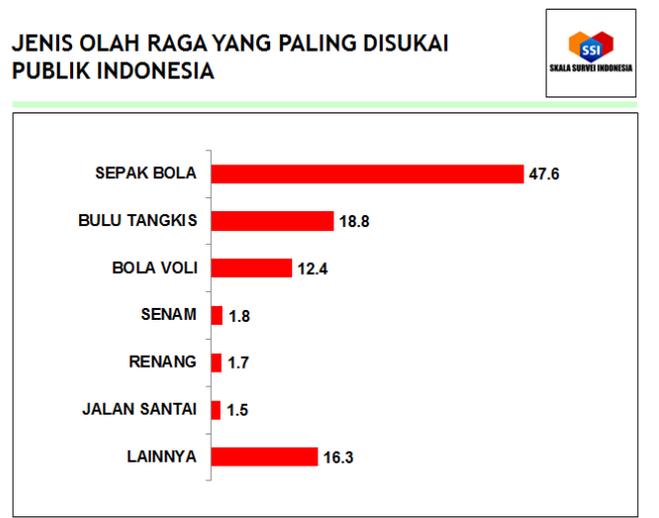
1.1 Latar Belakang

Timnas (Tim Nasional) Indonesia berhasil meraih juara piala AFF U-22 untuk pertama kalinya. Timnas Indonesia bermain kurang meyakinkan pada putaran grup, hanya meraih 1 kemenangan dan 2 hasil imbang pada 3 pertandingan awal. Pada laga semi final dan final, Timnas tampil baik sehingga berhasil menjadi juara piala AFF U-22. Media massa banyak mengangkat kesuksesan Timnas Indonesia U-22 ini di tengah terpuruknya prestasi Timnas yang jarang berprestasi di pentas regional maupun internasional. Gelaran piala AFF U-22 yang berdekatan dengan momen pemilihan umum membuat prestasi Timnas menjadi bahan berita bagi media untuk kepentingan tertentu.

Pada gelaran tersebut Timnas Indonesia bertemu Thailand di laga final. Timnas Indonesia berhasil mengalahkan Thailand dengan skor 2-1 yang berlangsung di Stadion Nasional, Phnom Penh, Kamboja, Selasa (26/2/2019). Perjalanan tim asuhan Indra Sjafri untuk meraih gelar juara sebenarnya tidaklah mudah. Timnas mengawali gelaran piala AFF hanya dengan bermain imbang melawan Myanmar dengan skor 1-1, lalu pada laga kedua grup Timnas kembali gagal memenangkan pertandingan setelah ditahan Malaysia 2-2. Kemenangan satu-satunya pada fase grup diraih Timnas saat membungkam Kamboja 2-0. Performa baik terus ditampilkan Timnas hingga akhirnya berhasil meraih juara piala AFF U-22 untuk pertama kalinya (www.kompas.com/ diakses 5 Maret 2020).

Joko Widodo yang merupakan presiden dan kembali mencalonkan diri pada pemilu 2019 apabila ditampilkan terus menerus baik di televisi maupun di *channel youtube* media dapat mempengaruhi persepsi dan pola pikir publik tentang calon presiden yang dirasa memiliki kepedulian akan sepakbola. Perjuangan Timnas untuk menjadi juara AFF U-22 dan mengharumkan nama bangsa memang sepatutnya diapresiasi dan mendapat penghargaan dari negara. Terlebih lagi sepakbola merupakan olahraga paling populer di Indonesia.

Sepakbola merupakan olahraga yang digemari masyarakat Indonesia, tentu akan membuat citra positif di masyarakat terlebih bila Timnas Indonesia berprestasi. Hasil survei dari Skala Survei Indonesia (SSI) yang melibatkan 1.200 orang dari seluruh Indonesia membuktikan, bahwa 90.8 persen publik Indonesia tahu olahraga sepak bola. Dari yang tahu ini, 47.6% menyukainya, sepakbola mengalahkan bulu tangkis, 18.8% dan bola voli 12.4%, Itulah sebabnya, sepak bola menjadi komoditas politik penting bagi elit politik Indonesia. Mereka bisa menggunakannya sebagai sarana berkampanye untuk merebut simpati pemilih. Ini adalah realitas yang tak bisa kita bantah. (<https://www.skalasurveiindonesia.com/> diakses 5 Agustus 2020)



Sumber : [skalasureveiindonesia.com](https://www.skalasurveiindonesia.com)

Gambar 1.1 Tabel Presentase Olahraga yang paling disukai publik Indonesia

Joko Widodo sebagai presiden dianggap memiliki perhatian khusus dengan mengeluarkan Instruksi Presiden Republik Indonesia (Inpres) No 3 tahun 2019 tentang percepatan pembangunan persepakbolaan nasional, bahkan Iwan Bule (Ketua Umum PSSI) merasa sangat takjub dan mengapresiasi Presiden Jokowi yang berani memberikan perhatian khusus kepada sepakbola Indonesia. “Kita patut bersyukur sekali lagi kita mempunyai kepala negara yang memperhatikan sepakbola. Mungkin seumur hidup saya, baru Presiden Jokowi

yang mengeluarkan Inpres soal sepakbola,” katanya (<https://m.tribunnews.com/> diakses 20 Agustus 2020). Persepakbola Indonesia atau Timnas Indonesia yang berprestasi tentu tidak akan lepas dan akan selalu dikait-kaitkan dengan Presiden Joko Widodo.

Sepakbola di Indonesia khususnya Timnas sejak dulu memang sudah menjadi tempat bagi tokoh-tokoh untuk meraih popularitas. Beberapa tokoh politik yang tercatat pernah menjadi ketua umum PSSI adalah Agum Gumelar, Nurdin Halid, La Nyalla Matalitti, Hinca Panjaitan, dan terakhir Edy Rahmayadi yang tidak memiliki latar belakang politik, akan tetapi saat masih menjabat sebagai ketua umum PSSI, Edy Rahmayadi mundur dari jabatan ketua PSSI setelah terpilih sebagai Gubernur Sumatra Utara. Gambar dibawah juga memperlihatkan bagaimana sepakbola digunakan untuk menaikkan citra tokoh tertentu. Poster Timnas U-19 yang sudah dibagikan sebelumnya, diganti dan menambahkan sosok Iwan Bule (Ketua PSSI) pada pamflet tersebut setelah pertandingan-pertandingan Timnas akan disiarkan di televisi.



Sumber : <https://twitter.com/suporterFC>

Gambar 1.2 Perbedaan Pamflet Timnas U-19 di NET TV

Media massa sebagai saluran informasi dan bersifat persuasi khususnya televisi dan juga media online. Menjadikan kedua media tersebut saluran utama dalam meningkatkan citra positif politisi, melalui kampanye politik menjelang

pemilihan. Hal tersebut tak lepas dari fakta bahwa sebagian stasiun televisi di Indonesia dimiliki oleh elite politik.

Pemilik media massa yang memiliki hubungan yang mendalam dengan atau keterlibatan yang mendalam dalam partai politik, akan sulit menghindari pengaruh oleh kepentingan potensial pemilik, seharusnya sebagai salah satu pilar demokrasi, industri media massa perlu menampilkan kinerja media mereka secara objektif, netral, dan tidak memihak (McQuail et al., 1994). Meskipun sulit untuk memenuhi persyaratan tersebut, media massa memiliki tugas untuk menyediakan informasi yang tidak bias pada publik. McQuail, mengajukan teori normatif, yang menyatakan bahwa media massa harus memenuhi objektivitas, netralitas dan imparialitas dengan atau tanpa dukungan dari organisasi internal dan lingkungan eksternal mereka.

Menjelang pemilihan umum tahun 2019 yang lalu, hampir setiap hari kita menyaksikan hiruk-pikuk berita berkenaan dengan Pemilu, mulai dari kampanye para calon, prestasi dan rekam jejak para calon, hingga berita-berita yang tidak berkaitan dengan politik juga *diframing* dan diolah demi kepentingan politik masing-masing calon. Isu terkait ras, agama, latar belakang keluarga hingga prestasi olahraga dibungkus oleh media untuk menguntungkan salah satu calon atau bahkan menjatuhkan calon yang lainnya, termasuk berita Timnas yang menjuarai piala AFF U-22.

Pemilu yang berlangsung pada tanggal 17 April 2019 dan pelaksanaan kampanye mulai 28 September 2018 – 13 April 2019 membuat media dihiasi pemberitaan terkait kontestasi Pemilu. Pemberitaan seputar Timnas Indonesia U-22 ramai diperbincangkan mulai akhir Februari sampai awal Maret 2019. Dalam pemberitaan yang berkaitan Timnas Indonesia U-22 tersebut sebagian besar membahas perjalanan Timnas Indonesia hingga juara, persiapan menjelang pertandingan, serta hasil pertandingan Timnas Indonesia, akan tetapi berita-berita Timnas kaitannya dengan salah satu calon Presiden juga banyak diangkat oleh media, seperti yang dilakukan oleh *TV One* dan *Metro TV*.

TV One (sebelumnya bernama Lativi) adalah sebuah stasiun televisi nasional di Indonesia. Berawal dari penggunaan nama Lativi, stasiun

televisi ini didirikan pada tanggal 30 Juli 2002 pukul 16:00 WIB oleh Abdul Latief dan dimiliki oleh ALatief Corporation. Pada saat itu, konsep penyusunan acaranya adalah banyak menonjolkan masalah yang berbau klenik, erotisme, berita kriminalitas dan beberapa hiburan ringan lainnya. Sejak tahun 2006, sebagian sahamnya juga dimiliki oleh Grup Bakrie yang juga memiliki stasiun televisi ANTV. (<http://ditpolkom.bappenas.go.id/> diakses 2 Juni 2020).

TV One sebagai televisi berita nasional dimiliki oleh politisi dari Partai Golkar yakni Aburizal Bakrie. Partai Golkar (Golongan Karya) pada Pemilu tahun 2019 mendukung pasangan Jokowi dan Ma'ruf Amin, akan tetapi *TV One* dalam program siarannya tidak begitu tampak mendukung pasangan Jokowi-Ma'aruf Amin, bahkan malah lebih cenderung mengkritisi kebijakan-kebijakan yang dilakukan Jokowi, seperti pada program Fakta dan ILC. Tidak seperti pada pemilu tahun 2014 silam, Golkar yang saat itu mendukung Prabowo Hatta membuat *TV One* membela dan mendukung mati-matian pasangan Prabowo-Hatta, bahkan pada hasil hitung cepat yang tayang di *TV One* berbeda dengan stasiun televisi lainnya yang memenangkan Pasangan Prabowo-Hatta (<http://tirto.co.id/> diakses 4 Januari 2021).

Hal tersebut dapat dikaitkan dengan konflik internal partai Golkar yang terbelah menjadi dua kubu pada pilpres 2014, suara yang mendorong penolakan Aburizal Bakrie menjadi pimpinan Golkar menyeruak. Aburizal Bakrie yang kembali terpilih sebagai ketua umum Golkar melalui Munas (Musyawarah Nasional) Bali November 2014 ditentang, dan diadakan Munas tandingan pada Desember 2014 yang dikomandoi Agung Laksono. Setelah beberapa rekonsiliasi akhirnya kedua kubu bersepakat damai. Hal tersebut membuat Aburizal Bakrie batal menjadi ketua umum Golkar dan Setyo Novanto ditetapkan sebagai ketua umum pada Munas partai Golkar tahun 2016 (<http://kabargolkar.com/> diakses 4 Januari 2021).

Luhut Binsar Pandjaitan saat menghadiri silaturahmi DPP Partai Golkar yang menyadari terdapat perbedaan terlebih setelah konflik internal berkepanjangan menyampaikan jangan ada yang berkhianat, selalu mengikuti arahan ketua umum dan setia pada Partai Golkar, Luhut juga meminta agar para

kader Golkar tidak aneh-aneh. Sebelumnya, Aburizal Bakrie menyatakan tidak setuju dengan tindakan represif terhadap aktivis #2019GantiPresiden. Partai Gerindra kemudian mengaitkankan kedekatan Aburizal Bakrie dengan Prabowo, yang pernah didukungnya pada Pilpres 2014, Namun hal tersebut dibantah partai Golkar. (<http://cnnindonesia.com/> diakses 4 Januari 2021)

Metro TV merupakan salah satu anak perusahaan dari MEDIA GROUP yang dimiliki oleh Surya Paloh. *Metro TV* adalah sebuah stasiun televisi swasta berita yang berkedudukan di Indonesia. *Metro TV* didirikan oleh PT Media Televisi Indonesia, resmi mengudara sejak 25 November 2000 di Jakarta. *Metro TV* dimiliki oleh Media Group pimpinan Surya Paloh yang juga memiliki harian Media Indonesia dan Lampung Post. (www.wikipedia.org/ diakses 17 Februari 2020). Surya Paloh juga merupakan ketua umum Partai Nasdem yang juga sedang berkontestasi pada Pemilu serentak tahun 2019. Partai Nasdem yang dikomandoi oleh Surya Paloh mendukung pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin sebagai calon Presiden periode 2019-2024.

Pada kanal *youtube TV One* terdapat 2 pemberitaan Timnas Indonesia U-22, yaitu adalah “Catat Sejarah!! Timnas U-22 Raih Juara Piala AFF 2019” dan “Bravo! Indonesia Juara AFF U 22, Presiden Berikan Bonus Tambahan”, sedangkan pada *channel youtube Metro TV* terdapat 5 pemberitaan terkait Timnas Indonesia U-22 yang menjuarai piala AFF, sebagai contoh berita “Saat Garuda Muda Curhat ke Presiden” dan “Kemenpora Siapkan Bonus Rp 2,1 M Untuk Timnas U22” diangkat menjadi berita pada *channel youtube Metro TV*. Dalam judul yang diangkat kedua media pada *channel youtube* tersebut, sudah terlihat perbedaan, meskipun berbeda tetapi topik pemberitaan yang diangkat oleh kedua media tersebut adalah fakta dan benar terjadi.

Dalam tayangan yang disajikan oleh *TV One* pada kanal *youtubnya* sekilas dapat dilihat bahwa pemberitaan Timnas Indonesia U-22 terkait perjalanan Timnas hingga menjadi juara piala AFF U-22 di Kamboja. Pada *channel youtube Metro TV* pemberitaan yang diangkat seputar Timnas Indonesia berisi agenda-agenda Timnas Indonesia setelah menjuarai piala AFF U-22 seperti penyambutan

oleh Kemenpora, bonus bagi pemain oleh pemerintah, serta pertemuan pemain dengan Presiden Joko Widodo di Istana negara.

Menurut UU no. 40 tahun 1999 tentang pers media melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Media yang merupakan bentuk dari komunikasi massa memiliki fungsi seperti yang dikemukakan oleh Harold Laswell, yaitu *to inform* (menginformasikan), *to educate* (mendidik) dan *to entertain* (menghibur). Dalam hal ini, media televisi yang terkait dengan kepentingan pemiliknya dapat disaksikan melalui pemberitaan Timnas Indonesia yang menjuarai piala AFF U-22 dalam *channel youtube* masing-masing media. Setiap televisi memiliki sudut pandang tersendiri dalam menayangkan berita, bahkan mengenai kecenderungan keberhasilan Timnas Indonesia menjadi juara piala AFF U-22.

Sudut pandang tersebut tentunya membuat terjadi perbedaan dalam tayangan-tayangan yang disajikan dalam *channel youtube Metro TV* dan *TV One*, sehingga penulis melihat, bahwa penelitian ini menarik, karena tema pemberitaan pemilihan presiden yang sudah banyak diteliti adalah pemberitaan pemilihan presiden sumber data menggunakan media online. Dalam kasus ini, sumber data yang digunakan dari video *youtube* yang nantinya akan ditranskripsikan dalam bentuk teks. Topik penelitian ini adalah Timnas Indonesia yang menjuarai Piala AFF U-22 menjelang Pilpres 2019 yang sebenarnya tidak terkait dengan politik akan tetapi dikonstruksi oleh media untuk kepentingan tertentu. Topik penelitian ini ingin membuktikan media mengkonstruksi pemberitaan sesuai dengan kepentingan masing-masing. Berdasarkan pada alasan di atas maka penulis ingin mengangkat judul “Perbedaan Konstruksi Pemberitaan Timnas Indonesia Yang Menjuarai Piala AFF U-22 Pada *Channel Youtube Metro TV* dan *TV One* Jelang Pilpres 2019”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perbedaan konstruksi pemberitaan Timnas Indonesia U-22 yang menjuarai piala AFF U-22 jelang Pilpres 2019 pada *channel youtube Metro TV* dan *TV One*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan perbedaan konstruksi pemberitaan Timnas Indonesia U-22 yang menjuarai piala AFF U-22 jelang Pilpres 2019 pada *channel youtube Metro TV* dan *TV One*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Dapat memberikan kontribusi memperluas, dan memperkaya pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi, serta berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya bidang Jurnalistik mengenai framing dalam pemberitaan. Memberikan informasi dan referensi khususnya bagi para mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mengadakan penelitian sejenis

Manfaat Praktis

Dapat memberikan masukan dan dapat dijadikan acuan bagi para praktisi jurnalistik di media massa untuk dapat melihat dan mengidentifikasi berita pada setiap pemberitaan di media.