

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perempuan dan media merupakan dua aspek yang tidak dapat dipisahkan satu dengan lainnya. Hampir tidak ada satu jenis media massa yang tidak mengangkat sosok perempuan dalam pemberitaannya walaupun demikian kehadiran perempuan dalam pemberitaan masih problematic. Representasi perempuan dalam berita umumnya digambarkan dengan stereotipe atau pelabelan yang telah mengakar dalam masyarakat. Pergulatan mengenai isu perempuan selalu menjadi topik yang hangat untuk diberitakan, khususnya dalam pemberitaan olahraga.

Keberadaan pemberitaan sangat kuat dalam memunculkan persepsi ditengah masyarakat dalam menyuburkan stereotipe yang selama ini dilekatkan pada perempuan. Hasil penelitian Arief Muliawan (2018:57) menunjukkan bahwa representasi atlet perempuan yang berlaga dalam Asian Games 2018 oleh media online liputan6.com digambarkan sebagai objek pandangan yang cantik saja dan direduksi sedemikian rupa dalam membangun citra perempuan. Representasi yang dilakukan oleh media tersebut tidak lepas dari kuatnya pengaruh budaya dalam masyarakat yang menyebabkan berita menjadi bias gender. Representasi atlet perempuan dalam pemberitaan media masih diposisikan negatif.

Sebagaimana dijelaskan Armando (dalam Muliawan, 201:58) media merupakan agen budaya yang mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat. Oleh karenanya berita bias gender yang hadir tidak bisa dianggap remeh karena media tidak hanya mengkomunikasikan kepada masyarakat melalui pesan dan konteks akan tetapi mengajarkan, membenarkan dan pada akhirnya mendukung tumbuhnya ketidakadilan bagi perempuan.

Beberapa waktu lalu pada pelaksanaan Olimpiade Tokyo 2020 salah satu media online Viva.co.id melalui pembingkaiannya melakukan objektifikasi

terhadap atlet perempuan dengan menonjolkan penampilan tubuh atlet perempuan. Hal tersebut menjadi ramai diperbincangkan dan mendapat kecaman dari berbagai kalangan masyarakat terkait dengan pemberitaan atlet perempuan dengan memuat judul berita serta menampilkan foto atlet perempuan yang masuk dalam kategori mengeksploitasi tubuh perempuan. Dalam hal ini Aliansi Jurnalis Independen (AJI) yang merilis pers pernyataan sikap dari Koalisi Masyarakat Sipil Anti Kekerasan Seksual (KOMPAKS) dan surat ultimatum dari Seksi Wartawan Olahraga (SIWO) Pusat Persatuan Wartawan Indonesia untuk Viva.co.id.

Media massa sangat berpengaruh dalam kehidupan perempuan. Keberadaan pemberitaan sebagai medium timbulnya representasi. Konstruksi sosial budaya mengkristal menjadi sebuah ideologi yang bias gender. Persoalan ketidakadilan gender pada media tidak terlepas dari pengaruh budaya tertentu didalamnya. Sehingga bias gender akan semakin terlihat ketika media melakukan representasi melalui teks-teks media (Hasan, 2019:81-82). Stereotipe yang diciptakan ditengah masyarakat tidak jauh dari pengaruh media.

Komunikasi massa memiliki empat fungsi pokok yaitu memberikan informasi (*to inform*), menjadi media pendidikan (*to educate*), sarana hiburan bagi masyarakat (*to entertain*), dan kontrol sosial (*social control*) (Hikmat,2018:113). Berdasarkan hal tersebut wartawan memiliki kewajiban untuk menyampaikan informasi sebagaimana dengan fungsinya. Oleh karena itu seorang wartawan olahraga tidak hanya membagikan sajian tulisan mengenai pandangannya terhadap suatu peristiwa olahraga untuk memuaskan para pembaca, melainkan menjadi bagian dari pembina olahraga yang dapat memberikan peran aktif bagi kontrol dan perbaikan prestasi yang dimiliki secara terus menerus (Wahyudin, 2016:32).

Dilain sisi atlet perempuan juga terus melawan perbedaan perlakuan dalam dunia olahraga. Konsep gender yang dikonstruksikan secara sosial menimbulkan ketimpangan dan ketidakadilan dalam dunia olahraga

(Anwar:2007). Timbulnya kontroversi konsep kesetaraan gender dalam olahraga dikarenakan olahraga sarat dengan adanya budaya maskulin. Aktivitas olahraga seringkali dipandang sebagai wilayah eksklusif maskulin kaum pria karena menggunakan banyak otot dan tenaga (Anton, 2020:80).

Menurut para feminis, olahraga adalah reproduksi dari kekuatan laki-laki yang telah mendistorsi pemahaman mengenai maskulinitas lewat olahraga. Menurut Coackley (Anwar, 2020:13) dalam olahraga, budaya patriarki dikonstruksi dan dikembangkan oleh laki-laki yang menghasilkan pemahaman serta konsep-konsep terkait fisik, seksualitas, dan tubuh yang sangat diskriminatif bagi perempuan.

Lahirnya Gerakan Kaum Perempuan (feminisme) menjadi titik awal bagi para perempuan untuk berpartisipasi dalam dunia olahraga yang terkenal dengan budaya maskulinitasnya. Bergabungnya perempuan ditandai sebagai simbol perubahan dari organisasi yang sarat akan diskriminasi (Pramono dan Mutohir, 2021:200). Jika dahulu peran serta perempuan dalam dunia olahraga terbilang minim, namun saat ini seiring dengan perkembangan zaman, sekarang banyak perempuan yang terjun dalam dunia olahraga dan menjadi atlet yang berhasil meraih prestasi. Seperti trehan prestasi dari pemanah putri asal Indonesia yaitu Nurfitriyana Saiman, Kusuma Wardhani, dan Lilies Handayani yang sukses menyumbangkan medali perak pertama kalinya dalam event Olimpiade Seoul pada tahun 1998 dan mencetak sejarah baru dalam olahraga Indonesia setelah penantian 36 tahun lamanya. Tiga Srikandi Indonesia tersebut membawa Indonesia menempati peringkat 36 dari 159 negara peserta usai mengalahkan tim panahan dari Amerika Serikat. Selanjutnya prestasi Susi Susanti dari cabang olahraga Bulutangkis yang berhasil membawa medali emas pada pelaksanaan Olimpiade Atlanta tahun 1996 (Pramono dan Mutohir, 2021:207). Selain itu juga ada pasangan Greysia Polii dan Apriyani Rahayu yang kembali mencetak sejarah bagi ganda putri bulutangkis Indonesia atas peraihan medali emas pada pelaksanaan Olimpiade Tokyo 2020. Prestasi olahraga Indonesia tidak hanya

didominasi oleh atlet pria melainkan atlet perempuan juga banyak mengharumkan bangsa di kancah internasional.

Tahun demi tahun partisipasi perempuan kian meningkat dalam pelaksanaan kegiatan olahraga internasional. Dilansir dari CNN Indonesia, pada Olimpiade Rio 2016 keterlibatan perempuan menduduki diangka 40%, kenaikan juga bertambah pada pelaksanaan Olimpiade Tokyo 2020 yang dilaksanakan pada 22 Juli – 8 Agustus 2021 yang menunjukkan bahwa persentasi jumlah atlet putra dan putri terbilang tipis yaitu sebanyak 51% atlet putra dan 49% atlet putri yang mengikuti pagelaran olahraga tersebut.

Akhir-akhir ini dalam perkembangannya, olahraga sering dijadikan sebagai objek pemberitaan oleh berbagai media salah satunya media online. Dalam hal ini media merupakan pihak yang aktif dalam memberitakan pelaksanaan sebuah olahraga. Pemanfaatan kehadiran media massa bagi olahraga diharapkan dapat untuk memberikan dampak positif serta mengembangkan dunia olahraga itu sendiri. Media massa memiliki peranan yang penting dalam melahirkan pahlawan-pahlawan olahraga. Lahirnya bintang olahraga yang saat ini mendunia tidak lepas dari pengaruh yang dilakukan oleh media massa melalui pemberitaannya (Kuntjoro, 2016:147).

Perkembangan teknologi dan informasi memberi kemudahan setiap manusia dalam mengakses informasi. Seperti halnya mengakses berita, kita dapat mengetahui suatu peristiwa dengan cepat dan praktis melalui pemberitaan media online khususnya dalam mengakses berita olahraga. Berita-berita olahraga merupakan berita yang laku untuk dijual menjelang event besar olahraga dunia seperti Piala Dunia, Olimpiade, MotoGP dan event lainnya yang menjanjikan keuntungan bagi semua media (Wahyudin, 2016:33).

Fenomena yang sama dapat dikonstruksi dengan cara berbeda menggunakan frame yang berbeda oleh media (Eriyanto,2015:76). Seperti pada pelaksanaan Olimpiade Tokyo 2020 media online internasional maupun nasional

ramai memberitakan kegiatan olahraga tersebut. Tidak terkecuali atlet perempuan juga dilibatkan dalam pemberitaan. Setiap media mempunyai strategi bingkai sendiri untuk memilah dan memilah fakta yang akan disajikan dalam berita. Selama periode berlangsungnya pelaksanaan Olimpiade Tokyo, tercatat Okezone.com merilis sebanyak 112 berita, Kompas.com menerbitkan 15 berita dan Suara.com merilis sebanyak 10 berita yang mengulas atlet perempuan.

Berdasarkan catatan tersebut, Okezone.com dan Kompas.com menyoroti *event* ini dengan memuat artikel pemberitaan lebih banyak dibandingkan Suara.com. Okezone.com dan Kompas.com melihat atlet perempuan penting untuk diberitakan, melalui kuantitas pemberitaan yang tinggi dibandingkan media lain. Namun, melihat dari segi kualitas berita yang dihasilkan penting juga untuk mengetahui sejauh mana kedua media tersebut menghadirkan atlet perempuan dalam pemberitaannya.

Sebagai sarana komunikasi massa, penyajian informasi harus diberikan dengan kondisi yang terjadi, karena berita merupakan cerminan realitas. Namun dalam praktiknya, tidak semua media massa dapat menyampaikan informasi yang sesuai dengan realitasnya. Adanya sudut pandang dari wartawan akan mempengaruhi isi berita (Eriyanto, 2015:29). Oleh karenanya Okezone.com dan Kompas.com memiliki cara yang berbeda dalam melihat dan memahami atlet perempuan dalam Olimpiade Tokyo 2020. Cara media memframe suatu peristiwa dalam kajian penelitian di media massa dikenal sebagai framing.

Framing dapat dipahami sebagai analisis yang bertujuan untuk mengkaji bagaimana sebuah realitas dibingkai oleh media. Dengan menggunakan analisis framing dapat melihat bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak. Analisis bingkai digunakan untuk membedah ideologi media dalam merumuskan suatu peristiwa dengan mengamati strategi pemilihan isu dan menonjolkan suatu peristiwa yang akan dimuat dalam berita sehingga berita tersebut masuk akal, bermakna dan lebih menarik bagi pembaca (Sobur, 2018:162). Sederhananya analisis framing dapat dipahami sebagai analisis

yang bertujuan untuk mengkaji bagaimana sebuah realitas dibingkai oleh media. Dengan menggunakan analisis framing dapat melihat bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak.

Penulis melihat, bahwa penelitian ini menarik, karena kajian komunikasi dalam isu perempuan dan olahraga pada media massa Indonesia masih sedikit dilakukan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mencoba melihat dan menggali bagaimana Okezone.com dan Kompas.com mengkonstruksikan atlet perempuan melalui teks pemberitaannya dengan menggunakan metode framing. Untuk mencari tahu secara detail mengenai framing pemberitaan objektifikasi atlet perempuan, peneliti akan melihat dari elemen struktural teks berita seperti penggunaan kata, gambar, serta kelengkapan 5W+1H (*what, who, where, when, why, dan how*).

1.2 Rumusan Masalah

Pemberitaan media tentang isu perempuan dinilai tidak adil dalam memberikan ruang bagi perempuan. Tidak jarang media menggambarkan perempuan dengan strotipe atau pelabelan yang merugikan. Media masa tidak hanya sekedar sebagai saluran yang bebas melainkan juga sebagai pembangun realitas dengan pandangan bias serta pemihakkannya. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri dari berbagai kepentingan yang dimiliki oleh media. Berita merupakan suatu komoditas yang dapat diperjualbelikan. Fakta yang disajikan dalam berita bukanlah fakta objektif tetapi fakta yang telah dikonstruksi oleh media atau wartawan dengan latar belakang kepentingan tertentu.

Fenomena tersebut dapat dijumpai pada berita olahraga khususnya pada pelaksanaan Olimpiade Tokyo 2020. Berita olahraga merupakan berita yang laku untuk dijual karena berhubungan dengan minat masyarakat dalam menikmati hiburan berbagai kegiatan olahraga dari belahan negara lain. Pemberitaan mengenai atlet perempuan juga menarik untuk diberitakan mengingat sekarang ini banyak perempuan yang ikut berpartisipasi dalam dunia olahraga. Namun kenyataannya dapat ditemukan pemberitaan atlet perempuan yang disajikan oleh

media seringkali mengabaikan isu utama yang seharusnya diangkat kedalam berita.

Oleh karena itu, persoalan yang coba dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana representasi atlet perempuan pada ajang Olimpiade Tokyo 2020 melalui pbingkaiian Okezone.com dan Kompas.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui representasi atlet perempuan melalui pbingkaiian media online Okezone.com dan Kompas.com pada ajang Olimpiade Tokyo 2020.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dalam memberitakan atlet perempuan. Dengan menjelaskan dan membuat pemahaman kepada masyarakat mengenai pbingkaiian atlet perempuan dalam pemberitaan media online. Serta memperkaya penelitian di bidang ilmu komunikasi khususnya dalam kajian gender.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan tentang pbingkaiian yang dilakukan oleh Okezone.com dan Kompas.com dalam menyajikan, menyuguhkan dan memproduksi berita dalam pemberitaan atlet perempuan pada Olimpiade Tokyo 2020. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada pekerja media agar menghasilkan pemberitaan atlet perempuan berkualitas dengan perspektif gender.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Secara sosial, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi masyarakat khususnya pembaca media online agar dapat berpikir kritis terkait bingkai pemberitaan atlet perempuan di media sehingga mampu mengubah pandangan masyarakat terhadap atlet perempuan bahwa mereka memiliki segudang prestasi tanpa harus melihat dari fisiknya.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 State of The Art

Penelitian pertama dilakukan oleh Arief Muliawan dengan judul “Bias Seksisme Dalam Penulisan Berita Olahraga (Analisis Wacana Kritis Terhadap Representasi Atlet Perempuan dalam Asian Games 2018 di Liputan6.Com)”. Fokus penelitian ini melihat bagaimana Liputan6.com menampilkan perempuan dalam teks berita Asian Games 2018. Menggunakan analisis wacana Sara Mills, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan secara akurat posisi perempuan dijadikan sebagai objek pada pemberitaan Asian Games 2018 oleh Liputan6.com dengan menjelaskan praktik representasi dengan menggunakan kata, istilah serta susunan bahasa yang menunjukkan adanya bias seksisme. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bias seksisme terjadi melalui representasi perempuan yang direduksi sehingga memperlihatkan citra atlet perempuan hanya sebatas objek estetik yang cantik. Representasi perempuan yang bias dalam media membuktikan kuatnya dominasi budaya patriarki yang memarginalkan serta mendiskriminasi perempuan

Penelitian kedua dilakukan oleh Rena Rahayu Nastiti (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar), dengan judul “Konstruksi Diskriminasi Perempuan Dalam Pemberitaan Kriminal di Kompas.com”. Bertujuan untuk mengetahui penggambaran media dalam membingkai perempuan di setiap pemberitaan diskriminasi terhadap perempuan dengan mengumpulkan berita pada periode Januari hingga November 2017 menggunakan analisis framing Robert Entman. Temuan dari penelitian ini memperlihatkan framing pemberitaan kriminal terkait isu diskriminasi, dimana Kompas.com memandang kasus ini sebagai masalah hukum dan kasus asusila. Selain itu, terdapat bias gender dalam teks berita karena alur berita hanya menggambarkan sudut pandang pelaku. Sedangkan korban dideskripsikan dari sudut pandang pelaku sebagai laki-laki yang melakukan tindakan kekerasan dan pemerkosaan yang termasuk kedalam bentuk tindakan kriminal.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Yofiendi Indah Indainanto (Universitas Diponegoro) dengan judul “Normalisasi Kekerasan Seksual Wanita di Media Online”. Penelitian ini melihat bahwa media sering kali memberitakan wanita sebagai penyebab masalah. Menggunakan metode analisis framing model Robert Entman, penelitian ini bertujuan untuk membedah produksi teks media yang dilakukan oleh empat media nasional yaitu Tribunnews.com, Viva.co.id, Liputan6.com, dan Okezone.com dalam memberitakan kasus kekerasan seksual Lucinta Luna. Temuan dari penelitian ini memperlihatkan keempat media membingkai pemberitaan kasus kekerasan seksual dengan mengaburkan permasalahan utama dan mengutamakan persoalan drama, sensasi, dan identitas korban dengan tampilan perempuan. Penekanan berita mengarah dengan menyudutkan korban (akrab didunia malam) dan memposisikan korban sebagai penyebab masalah (berpakaian mini). Korban sangat dominan sebagai narasumber dan penggerak narasi berita, sehingga menormalkan kekerasan seksual dengan menyudutkan korban.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terdapat kesamaan dan perbedaan dari penelitian-penelitian yang sebelumnya. Peneliti melakukan penelitian dengan judul Analisis Framing Atlet Perempuan Pada Olimpiade Tokyo 2020 di Media Online Okezone.com dan Kompas.com karena belum ada peneliti yang mengangkat topik ini sebagai sumber penelitiannya. Persamaan dari penelitian ini dengan beberapa penelitian diatas terletak pada isu perempuan dalam media. Sementara itu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada pemilihan medianya. Selain itu, penelitian ini menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan model analisis wacana Sara Mills dan analisis framing Robert Entman.

1.5.2 Paradigma Penelitian

Pada dasarnya penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang mana dilakukan secara berstruktur agar dapat menemukan jawaban atas fenomena yang terjadi. Seorang peneliti dalam menjalankan penelitiannya membutuhkan sebuah

cara pandang agar dapat menyelesaikan jawaban dari permasalahan yang dikaji. Cara pandang dalam penelitian disebut dengan paradigma. Menurut Patton (1990, dalam Haryono, 2020:11-12) paradigma melibatkan pandangan tentang dunia untuk menyederhanakan kompleksitas dunia nyata. Pada proses penelitian, paradigma memberikan gambaran kepada peneliti tentang segala sesuatu yang dianggap penting, mungkin dan sah serta masuk akal. Selanjutnya dijelaskan oleh (Guba dan Lincon, dalam Haryono, 2020 : 12) bahwa dalam penelitian sosial, paradigma berperan penting karena paradigma dapat memberikan penjelasan terkait apa yang ingin dilakukan peneliti dan apa saja yang termasuk dalam batas-batas penelitian yang sah.

Untuk melihat bagaimana atlet perempuan ditampilkan dalam pemberitaan di media online, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme kritis. Konstruktivisme kritis menjadi praktik dalam membongkar wacana alternative dengan memunculkan cara berpikir baru untuk melihat dan mengkonstruksikan dunia serta mengungkap pengetahuan (Kincheloe, 2008:4).

Paradigma ini menyatakan bahwa konteks sejarah, sosial, budaya, ekonomi, dan politik membangun cara pandang individu tentang realitas dunia. Konstruktivisme kritis mendukung akan kesadaran pribadi dan sosial yang lebih besar, membangun dalam menumbuhkan kebebasan berpikir dengan mengaitkan pengetahuan (Kincheloe,2008:10).

Dikembangkan oleh Frankfurt School, paradigma ini merupakan penggabungan dari pandangan konstruktivis dengan kritis yang mendorong pemikiran dan proses penelitian yang kritis. Pendekatan ini berfungsi dalam membuka praktek pengajaran dan penelitian arus utama yang tanpa disadari secara tersembunyi melakukan system penindasan pada kelas, ras, budaya, dan gender yang mengkristalisasi sepanjang waktu. (Manning : 2011)

Penelitian dengan paradigma konstruktivis kritis berangkat dari asumsi atau realitas sosial yang hendak diteliti dimana dibangun atau dikonstruksikan bersama oleh sekelompok masyarakat. Realitas merupakan hasil dari suatu yang

dikonstruksikan, maka realitas bersifat historis karena apa yang telah terkonstruksikan pada saat ini merupakan hasil konstruksi pada masa sebelumnya yang dibangun secara sosial. Dalam penelitian ini, bahwa realitas sosial yang terbentuk pada media dipengaruhi oleh ideologi atau nilai-nilai tersendiri pada diri jurnalis dan keredaksian dalam memberitakan atlet perempuan.

Setiap jurnalis mempunyai pandangan tersendiri sehingga berbeda dalam melihat suatu peristiwa yang terjadi. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana cara jurnalis mengkonstruksikan peristiwa kedalam pemberitaannya. Representasi perempuan yang dibangun oleh media online masih sama dan tidak berubah dengan menjadikan perempuan sebagai daya tarik utama. Maka dengan demikian penggunaan paradigma konstruktivis kritis digunakan untuk menganalisis dan membongkar isi berita tentang atlet perempuan pada media online Okezone.com dan Kompas.com.

1.5.3 Teori Representasi

Theory of representation dikemukakan oleh Stuart Hall. Representasi merupakan bagian terpenting pada produksi konsep dan dipertukarkan melalui bahasa oleh antar individu kelompok pada sebuah kebudayaan (Hall, 2003:15). Bahasa adalah media istimewa dimana dapat mengungkapkan berbagai hal melalui makna yang diproduksi dan dipertukarkan. Bahasa merupakan salah satu media yang melewati pikiran, gagasan, dan perasaan yang direpresentasikan dalam sebuah kebudayaan. Bahasa berupa kata-kata, tulisan, gambar yang diproduksi secara elektronik, catatan musik untuk mewakili konsep, ide, dan perasaan kita kepada orang lain (Hall, 2003:1). Bahasa memungkinkan kita menerjemahkan pikiran kita ke dalam kata-kata, suara atau gambar dan mampu mengekspresikan makna dan mengkomunikasikan pikiran kepada orang lain (Hall, 2003:18).

Menurut Giles (dalam Ida, 2020:24) secara sederhana representasi dapat dipahami sebagai aktivitas dalam upaya memproduksi makna. Representasi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana seseorang atau

sesuatu dalam media. Representasi tidak hadir begitu saja melainkan representasi berhubungan dengan konsep dan pikiran.

Framing yang dilakukan oleh media merupakan suatu wujud representasi dari teks. Dalam konteks pemberitaan, representasi mengacu pada bagaimana seseorang, kelompok ditampilkan dalam pemberitaan (Eriyanto, 2001:22). Dalam media representasi tidak hanya tentang apa saja yang ditampilkan oleh media melainkan terkait dengan makna yang dibangun dibalik representasinya. Realitas dunia di representasikan melalui konstruksi teks media. Teks dipandang sebagai sarana untuk satu kelompok mengunggulkan diri sendiri dan memarjinalkan kelompok lain. Poin penting yang diperhatikan dalam representasi pemberitaan adalah apakah seseorang diberitakan apa adanya atau diburukkan melalui kalimat dan foto seperti apa seseorang ditampilkan (Eriyanto, 2001 : 113)

1.5.4 Teori Konstruksi Sosial Media Massa

Diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif yaitu Peter L.Berger dan Thomas Luckman, teori ini menjelaskan bahwa realitas tidak dibentuk secara alami akan tetapi dibentuk dan dikonstruksikan. Setiap orang memiliki konstruksi yang berbeda terhadap suatu realitas yang dipengaruhi oleh pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu dalam lingkungan sosial.

Praktik dari gagasan Berger mengenai konstruksi realitas dalam konteks berita yaitu sebuah berita dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Peristiwa yang sama dikonstruksikan dengan cara berbeda karena wartawan mempunyai pandangan dan ide yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa yang dimuat dalam berita. Dalam perspektif konstruksi sosial, berita bukanlah peristiwa atau fakta actual, melainkan produk interaksi antara fakta dengan wartawan (Eriyanto,2015:20).

Realitas media adalah hasil konstruksi yang dilakukan media terhadap serangkaian yang diamati dan disajikan melalui teks-teks media (Pratama, 2017:75). Menurut Luhmann (dalam Pratama, 2017:75) manusia membentuk

realitas yang sendiri, dan tidak jarang menjadi perhatian media massa yang kemudian disajikan dalam teks media. Realitas yang dibangun oleh media merupakan realitas yang dipercaya sebagai sebuah kebenaran oleh masyarakat. Media memberikan penjabaran atas realitas sosial dan kemudian memberikannya kepada masyarakat. Dalam realitas konstruksi media massa realitas diciptakan melalui aktivitas media dalam membingkai realitas sosial. Realitas yang disusun menggunakan representasi bahasa sesuai dengan ragam media massa (Hamad, 2004; McQuail, 2010 dalam Pratama, 2017:81).

Penerapan gagasan ini dalam konteks framing yaitu jika ada sebuah teks berita maka itu bukanlah cerminan dari realitas melainkan hasil dari konstruksi atas realitas yang digunakan oleh wartawan. Oleh karena itu satu peristiwa yang sama akan menjadi berbeda ketika dipublikasikan oleh berbagai media. Media terlibat dalam membentuk realitas yang terjadi dalam pemberitaan melalui bahasa yang dipakai (Eriyanto, 2015:27).

1.5.5 Teori Ekonomi Politik Media

Dalam menjelaskan isi media terdapat teori ekonomi politik media. Isi media dipengaruhi oleh factor pemilik media, modal dan pendapatan media. Hal tersebut diperhitungkan untuk menentukan bagaimana wujud isi media. Pola dan jenis pemberitaan ditentukan oleh kekuatan ekonomi yang mengatur pemberitaan (Sudiby, 2013:2).

Kajian ekonomi politik media oleh Vincent Mosco (dalam Haryono, 2020:89) menjelaskan bahwa media massa selalu diasumsikan memiliki peran penting sebagai penghubung antara dunia produksi dan dunia konsumsi. Melalui pesan yang dibagikan media massa baik melalui liputan-liputan terjadi peningkatan penjualan suatu produk dan jasa.

Menurut Moscow (2009, dalam Sudiby, 2013:8-9) terdapat tiga konsep pendekatan ekonomi politik media yaitu komodifikasi, spialisasi, dan strukturasi. Praktik komodifikasi merupakan proses transformasi barang dan jasa

dari nilai guna ke nilai tukar. Perubahan nilai guna ke nilai tukar membuat barang atau jasa menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan di pasar media. Media diatur oleh konglomerat yang memiliki kekuasaan untuk mempengaruhi khalayak dan menentukan komoditas media. Berita dilihat sebagai komoditas demi meningkatkan jumlah audiens. Spasialisasi berhubungan dengan sejauh mana media dapat menghadirkan produknya kepada pembaca dalam batasan ruang dan waktu. Hambatan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial dapat dilakukan melalui kerja sama dan dengan memecah focus produknya menjadi beberapa bagian. Strukturasi merupakan praktik untuk membentuk struktur melalui agen sosial. Praktik strukturasi dipahami sebagai proses dialektika antara struktur dengan agen sosial yang berdasar pada pandangan bahwa tindakan sosial akan selalu dipengaruhi oleh struktur sosial yang berlaku dimasyarakat. Strukturasi didefinisikan sebagai keterkaitan anatara ekonomi poliitik dengan pembentukan konsep kelas sosial, gender, dan ras. Kelas sosial, gender, dan ras dianggap akan mengalami perubahan sejalan dengan tindakan para agen sosial yang berinteraksi dengan struktur ekonomi politik industry.

1.5.6 Teori Objektivikasi

Menurut Martha C Nussbaum (1995:249) umumnya objektivikasi dipergunakan sebagai istilah merendahkan yang diartikan dengan cara berbicara, berpikir, dan bertindak tidak sesuai secara moral atau sosial yang biasanya dalam ranah seksual. Penggambaran perempuan yang tidak manusiawi sebagai objek, benda, atau komoditas seksual. Rubin menjelaskan bahwa objektivikasi seksual merupakan salah satu bentuk dari penindasan gender yang memungkinkan terjadinya sejumlah penindasan lain yang dihadapi perempuan, mulai dari diskriminasi pekerjaan, kekerasan seksual, hingga meremehkan dan prestasi perempuan (Fredrickson, 1997:174).

Pada tahun 1970, objektivikasi telah digunakan dalam film, seni, dan media massa guna menjelaskan perlakuan terhadap perempuan yang direduksi menjadi objek gender yang pasif (hasrat, eksploitasi, dan siksaan) daripada menggambarkan perempuan sebagai manusia seutuhnya. Hal yang terkait dengan

objektifikasi adalah tatapan, stereotip, komodifikasi, tontonan, pembelajaran peran-peran gender serta teknik objektifikasi menonjolkan bagian tubuh tertentu seperti payudara, penis, atribut-atribut sosial seperti seksualitas lesbian maupun pengasuhan perempuan (Sunarto, 2009:163).

Praktik budaya yang mengobjektifikasi tubuh perempuan berasal dari penciptaan, pemeliharaan, dan ekspresi patriarki. Objektifikasi terjadi ketika seseorang dilihat dan dianggap sebagai benda dan ketika sebagian tubuh atau sebagian fungsi tubuh seseorang itu dipisahkan dari orang tersebut untuk diturunkan statusnya dan direduksi menjadi instrumen yang dianggap mampu mewakili dirinya (Bartky, dalam Fredrickson dan Roberts, 1997:175)

Menurut Rae Langton terdapat 3 hal seseorang dikatakan terobjektifikasi (dalam McKay, 2013:57) yaitu: 1) *reduction to body*: perlakuan yang mengidentifikasikan seseorang dengan tubuh atau bagian tubuh lainnya; 2) *reduction to appearance*: perlakuan terhadap seseorang dengan melihat penampilan yang dinilai dari penampilan fisik; 3) *silencing*: perlakuan terhadap seseorang seolah-olah orang tersebut tidak memiliki kapasitas untuk berbicara.

Obyektifikasi seksual berarti perempuan secara luas dilihat sebagai objek seks untuk kesenangan seksual laki-laki. Objektifikasi dapat terjadi dalam dua bidang: (1) pertemuan antarpribadi atau sosial, dan (2) paparan media. “Pertemuan interpersonal atau sosial termasuk catcall, memeriksa/menatap, atau menatap tubuh wanita, komentar seksual, dan pelecehan. Paparan media menyoroti tubuh dan bagian tubuh perempuan sambil menggambarkan perempuan sebagai target tatapan laki-laki yang tidak terbalas (Calogero, Tantleff-Dunn, & Thompson, dalam McKay, 2013:54). Dalam budaya Amerika, tubuh perempuan secara konstan dan konsisten dianggap sebagai objek seksual melalui pornografi, media massa, dan iklan (Fredrickson & Roberts, dalam Fairchild, 2008:342).

1.6 Operasional Konsep

1.6.1 Objektifikasi seksual perempuan

Objektifikasi tidak menggambarkan perempuan sebagai subjek manusia sepenuhnya, melainkan direduksi sebagai objek seksual yang pasif (keinginan, eksploitasi, penyiksaan). Menurut Brown (dalam, Sunarto,2009:138) jurnalis yang menjadikan perempuan sebagai objek seksual pemberitaan, sangat dipengaruhi oleh cara berpikir yang menempatkan pembaca sebagai maskulin.

Bentuk objektifikasi perempuan dalam berita dapat dilihat dari bagaimana perempuan digambarkan dengan fisik ideal seperti wajah cantik dan tubuh langsing pada teks maupun gambar berita. Tidak jarang juga wartawan menampilkan bagian-bagian tubuh perempuan seperti dada dan paha karena dengan demikian perempuan dianggap menimbulkan kesan seksi yang nantinya akan menarik perhatian dari pembaca.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Desain Penelitian

Penelitian ini berjenis penelitian kualitatif. Menurut Aminuddin (dalam Harahap, 2020:19) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersumber dari pola pikir induktif, berdasarkan dari pengalaman obyektif partisipasi terhadap suatu gejala (fenomena). Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta dan karakteristik objek tertentu (Kriyantono, 2014:67).

Penelitian ini menggunakan metode analisis analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dan desain semiotika fotografi milik Roland Barthes. Framing dipahami sebagai proses membuat pesan terlihat, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak dapat hanya fokus pada pesan tersebut (Eriyanto, 2015:290). Dalam penelitian ini, metode analisis framing digunakan untuk melihat bagaimana Okezone.com dan Kompas.com dalam membingkai pemberitaan atlet perempuan pada Olimpiade Tokyo 2020. Selain itu semiotika dari Roland Barthes dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis foto berita lebih detail. Makna konotasi dan denotasi merupakan

pusat dari analisis semiotika Barthes. Ia percaya bahwa hubungan penanda serta petanda mempunyai sifat arbiter karena hubungan tersebut tidak mungkin dapat tercipta dengan sendirinya. Konsep denotasi merupakan makna sebenarnya yang disepakati bersama secara sosial yang rujukannya pada realita. Sementara itu, konsep konotasi merupakan tanda yang penandanya mempunyai makna yang implisit, tidak langsung, dan tidak pasti. Konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebut dengan mitos dan berfungsi untuk memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Vera, 2015:28).

1.7.2 Situs Penelitian

Situs pada penelitian ini yaitu dengan melakukan observasi serta analisis pada teks pemberitaan yang disajikan oleh Okezone.com dan Kompas.com terkait atlet perempuan pada Olimpiade Tokyo 2020.

1.7.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pemberitaan atlet perempuan yang berlaga pada Olimpiade Tokyo 2020 pada media online Okezone.com dan Kompas.com pada 22 Juli – 23 Agustus 2020 berjumlah 20 berita. Pada periode tersebut pemberitaan mengenai Olimpiade Tokyo 2020 sedang hangat di perbincangkan media dan masyarakat

1.7.4 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data berupa teks dan foto berita terkait pemberitaan atlet perempuan pada ajang Olimpiade Tokyo 2020 yang tercantum pada laman Okezone.com dan Kompas.com

1.7.5 Sumber Data

1.7.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari objek penelitian (Rukajat, 2018:6). Data primer penelitian ini adalah pemberitaan atlet perempuan pada ajang Olimpiade Tokyo 2020 pada media online Okezone.com dan Kompas.com

1.7.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dan dikumpulkan dari catatan-catatan (Rukajat, 2018:7). Data sekunder penelitian ini diperoleh dari buku-buku, jurnal dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Data yang didapat merupakan hasil dari pengumpulan dengan cara mencari artikel berita dengan memasukan kata kunci atau keyword seperti atlet perempuan Olimpiade Tokyo 2020 pada kolom pencarian (*search bar*) yang terdapat pada laman website Okezone.com dan Kompas.com. Kemudian dilakukan pemilihan artikel, dan akan dianalisis dengan menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerlad M. Kosicki dan analisis mendalam foto berita menggunakan semiotika fotografi Roland Barthes. Hasil analisis tersebut akan penulis susun untuk melihat bagaimana penggambaran atlet perempuan yang berlaga dalam Olimpiade Tokyo 2020 tersebut.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerlad M. Kosicki yang berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berperan sebagai pusat dari organisasi ide. Bingkai adalah gagasan yang dihubungkan dengan berbagai elemen berbeda dalam penulisan berita, seperti kutipan dari sumber, latar informasi, penggunaan kata atau kalimat tertentu di seluruh teks. Bingkai juga berhubungan dengan dengan tanda sehingga memungkinkan untuk melihat bagaimana seseorang memaknai peristiwa dari tanda-tanda yang muncul dalam teks (Eriyanto, 2015:293).

Dalam pendekatan ini, perangkat framing dibagi menjadi empat struktur besar, yaitu;

1. Struktur Sintaksis

Sintaksis merupakan susunan kata atau frase dalam sebuah kalimat. Struktur ini mengkaji bagaimana fakta-fakta yang dikumpulkan oleh wartawan akan ditempatkan pada bagian berita. Dalam berita, sintaksis mengacu pada komposisi berita dan bagian berita seperti *headline*, *lead*, latar informasi, sumber dan penutup dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan (Eriyanto, 2015:296).

1. *Headline* atau judul berita merupakan intisari berita. *Headline* memperlihatkan bagaimana jurnalis dalam mengkonstruksi suatu isu. Oleh karena itu headline dapat mempengaruhi bagaimana sebuah berita dipahami dan kemudian digunakan untuk memahami isu dan peristiwa dalam penyampaian berita. *Headline* mempunyai fungsi framing yang kuat maka untuk menarik pembaca biasanya headline dibuat semenarik mungkin.
2. *Lead* atau teras berita juga merupakan perangkat sintaksis yang memperlihatkan perspektif tertentu dari peristiwa yang disajikan. *Lead* berita mencakup gambaran umum dari suatu berita.
3. Latar adalah bagian berita yang mengemukakan latar belakang dari suatu peristiwa. Bagian berita ini dapat mempengaruhi makna yang ingin diperlihatkan oleh jurnalis sehingga latar yang dipilih akan menentukan ke arah mana pandangan khalayak hendak dibawa.
4. Pengutipan sumber digunakan untuk menunjukkan pendapat dari otoritas lain atas sebuah peristiwa diluar dari pemikiran jurnalis. Bagian berita ini digunakan untuk membangun objektivitas pemberitaan.

2. Struktur Skrip

Skrip menjelaskan konsep dasar dari kelengkapan berita dengan melihat pola 5W+1H, yaitu *What* (apa), *Who* (siapa), *When* (kapan), *Where* (dimana), *Why* (kenapa) dan *How* (bagaimana). Struktur ini merupakan salah satu strategi yang digunakan jurnlis dalam mengkonstruksi berita dengan memberikan tekanan

mana yang didahulukan dan bagian mana yang kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting (Eriyanto, 2015:299).

3. Struktur Tematik

Struktur tematik dapat diamati dari cara jurnalis dalam menyajikan fakta dari suatu peristiwa. Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana cara kerja jurnalis dalam mengungkapkan sudut pandangnya terhadap suatu peristiwa ke dalam proposisi, koherensi atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks (Eriyanto, 2015:301).

4. Struktur Retoris

Struktur retorik menggambarkan pemilihan kata, idiom, elemen grafis, foto/gambar yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan makna yang ingin ditekankan wartawan. Wartawan menggunakan struktur ini untuk membangun citra serta meningkatkan gambaran yang diharapkan dari suatu berita (Eriyanto, 2015:304).

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSI: Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	Headline, lead, latar informasi, sumber, pernyataan, penutup
SKRIP: Cara wartawan mengisahkan cerita	2. Kelengkapan berita	5W + 1H
TEMATIK: Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Maksud Kalimat 5. Hubungan antar kalimat 6. Nominalisasi 7. Koheransi 8. Bentuk Kalimat 9. Kata Ganti	Paragraf, Proporsi
RETORIS: Cara wartawan menekankan fakta	10. Leksikon 11. Gambar 12. Metaphor 13. Pengandaian	Kata, Idiom, gambar/ foto, grafis

Tabel 1.1 Tabel Kerangka Framing Pan dan Kosicki

Selain menggunakan analisis framing dari Zhang Pan dan Kosicki, penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Untuk mengetahui makna mendalam yang terdapat pada foto atlet perempuan dari pemberitaan Okezone.com dan Kompas.com metode semiotika diterapkan dalam mengkaji tanda-tanda dalam bidang fotografi. Semiotika bertujuan untuk membongkar makna konotatif yang tersembunyi dalam foto media secara menyeluruh (Vera, 2015:9). Oleh karena itu, pemaknaan dalam foto berita dapat dipahami melalui keseluruhan informasi yang didapatkan melalui penanda gambar. Roland Barthes dalam buku “Image, Music, Text” merumuskan enam prosedur konotasi terkait fotografi untuk mengetahui makna konotasi dalam sebuah foto (Barthes, 1997:21-24).

1. Trick effect atau efek tiruan, dengan memadukan dua gambar atau menambahkan dan mengurangi objek dalam foto sehingga memiliki arti yang lain.
2. Pose atau sikap merupakan ekspresi, sikap serta gaya subjek foto.
3. Object, menentukan point of interest gambar melalui seleksi, penataan, dan pemilihan sudut pandang pemotretan
4. Fotogenia yaitu teknik pengambilan gambar seperti mengatur eksposur, lighting, dan sebagainya.
5. Estetisme yaitu komposisi gambar secara keseluruhan dan dapat menimbulkan makna konotasi.
6. Sintaksis merupakan rangkaian cerita dari sebuah gambar. Biasanya terdapat caption dalam foto berita

1.7.8 Batasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada penelitian teks mengenai bingkai atlet perempuan pada ajang Olimpiade Tokyo 2020 pada pemberitaan di media Okezone.com dan Kompas.com saja. Dimana hanya berfokus untuk melihat bagaimana perempuan khususnya atlet perempuan digambarkan pada teks berita Okezone.com dan Kompas.com pada periode berlangsungnya Olimpiade Tokyo yaitu 22 Juli – 23 Agustus 2021. Penelitian ini tidak meneliti lebih jauh terhadap pemberitaan di media dan periode yang lain