

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat akan informasi tentu terus meningkat seiring dengan pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi. Hal inilah yang melatarbelakangi munculnya berbagai macam media massa atau pers guna memenuhi penyebaran informasi kepada khalayak luas, dimulai dari media cetak (koran, majalah, serta buletin), media elektronik (telepon, radio, televisi), hingga media daring (internet).

Cangara (2018:123-126) berpendapat bahwa media merupakan alat atau sarana yang digunakan dalam kegiatan penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak atau yang biasa disebut komunikan, sedangkan yang dimaksud media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikan) dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Pers atau media massa sendiri memiliki tugas untuk menyampaikan informasi kepada khalayak, mengenai suatu peristiwa yang tidak terjangkau dan perlu diketahui oleh masyarakat. Selayaknya yang Black dan Whitney katakan dalam Bambang (2003:79) dengan menyebutkan bahwa fungsi media antara lain adalah guna menginformasikan (*to inform*), menghibur (*to entertain*), membujuk (*persuasive*), fungsi transmisi kebudayaan (*transmission of the cultural*), serta fungsi mempengaruhi (*to influence*).

Namun seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi, media juga dituntut untuk bisa mengikuti alur zaman yang sedang dilaluinya. Hal ini tentu memiliki tujuan agar media tersebut tetap dapat berdiri kokoh dan diterima baik oleh masyarakat. Maka untuk menyiasatinya, kini media massa tidak lagi hanya berfokus pada bentuk cetak seperti koran, tabloid, atau majalah saja, namun juga merambah dominasinya ke media daring.

Menurut Suryawati (2011:46), media daring merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet, karena itu media daring tergolong merupakan media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media ini terletak pada keharusan untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer guna mengakses informasi berita tersebut.

Keunggulan media daring adalah informasinya yang bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. Sebagian besar wartawan media daring dapat mengirimkan

informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa setiap saat dan setiap waktu untuk memperbarui informasi. Praktis karena media daring dapat diakses di mana dan kapan saja selama didukung oleh fasilitas teknologi internet.

Adapula keunggulan dasar yang menjadi prinsip jurnalistik *online* dalam beroperasi. Paul Bradshaw dalam Asep (2018:17-18) memaparkan setidaknya ada lima landasan jurnalistik *online* yang biasa disingkat B-A-S-I-C, yakni Keringkasan (*Brevity*), Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*), Dapat dipindai (*Scannability*), Interaktivitas (*Interactivity*), serta Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*).

Bukan tanpa alasan, selain karena biaya operasional yang dikeluarkan media daring tidak sebesar pengolahan media cetak, sisi aktualitas juga menjadi faktor utama media daring semakin digemari.

Hal ini juga berbanding lurus dengan pola hidup masyarakat yang semakin dinamis. Rutinitas kesibukan yang harus dilewati pembaca setiap harinya terkadang membuat mereka tidak memiliki waktu untuk membeli media cetak (seperti koran dan tabloid) atau bahkan merasa kurang nyaman untuk membawa kertas-kertas bacaan tersebut. Disinilah media daring keluar sebagai solusinya.

Namun setiap media daring tentu memiliki fokus pembahasan serta target pembaca yang berbeda. Beberapa media daring memfokuskan pembahasan pemberitaan media mereka pada bahasan politik, wisata, hiburan, seni, atau olahraga seperti *Indosport.com*

Dengan banyaknya media daring yang hadir, setiap media tentu akan selalu berlomba untuk menyuguhkan berita yang aktual, faktual, dan juga menarik bagi pembacanya, begitu pula dengan yang *Indosport.com* lakukan.

Indosport.com sendiri merupakan portal media daring yang berdiri sejak tahun 2012 silam. Mengusung slogan '*We Are Sport*', *Indosport* berambisi menumbuhkan jiwa nasionalisme kepada seluruh masyarakat Indonesia melalui pemberitaan olahraga serta ikut serta dalam memajukan olahraga Tanah Air.

Konten dari *Indosport.com* sendiri berfokus pada informasi mengenai olahraga, baik itu dari dalam maupun mancanegara. Namun walaupun merupakan media daring, *Indosport.com* tidak semata-mata mengutamakan aktualitas saja, portal media daring ini tetap memperhatikan faktualitas untuk menjaga kualitas isi konten yang disajikan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang kompeten.

Seperti dalam berita internasional, *Indosport.com* juga mengumpulkan data dari beberapa media asing yang dirasa memang telah memiliki kredibilitas yang mumpuni. Sehingga walaupun bersumber dari luar negeri, berita yang diunggah dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.

Namun walau memiliki tema khusus mengenai olahraga, semua kalangan tetap dapat mengerti pembahasan yang disajikan oleh *Indosport.com*. Berita yang diunggah pun ditulis dengan gaya bahasa yang sederhana. Hal ini tentunya bertujuan mempermudah para pembaca awam untuk memahami dan menikmati berita-berita yang disajikan.

Indosport.com hadir dengan sajian berita yang menarik. Selain berita jenis *hard news*, *Indosport.com* juga menyuguhkan informasi mengenai penjelasan yang menyeluruh tentang dunia olahraga. Seperti halnya peraturan permainan, jadwal pertandingan, prediksi pertandingan, kabar-kabar mengenai tokoh yang terlibat pada sebuah bidang olahraga, hingga artikel yang disajikan dengan beberapa poin yang telah dikelompokkan.

Namun dari sekian banyak kanal yang tersedia, berita sepak bola tentu selalu menjadi topik perbincangan yang tidak ada habisnya. Setiap hari selalu saja ada berita-berita baru yang dihasilkan oleh media massa tersebut sebagai buah bentuk komunikasi massa yang mereka lakukan terhadap publik.

Selain pada laman *Indosport.com* tentunya, *bola.com*, *liputan6.com*, *cnnindonesia.com*, *tribunnews.com*, serta banyak media lain juga turut serta melaporkan berita mengenai Kongres Luar Biasa (KLB) PSSI tentang pemilihan Ketua Umum yang baru untuk periode 2019-2023.

Bagi pencinta olahraga tanah air khususnya sepak bola, kabar ini memang sudah hangat diperbincangkan sejak Edy Rahmayadi yang merupakan Ketua Umum PSSI Periode 2016-2020 secara mengejutkan menyatakan pengunduran dirinya sebagai kepala federasi sepak bola Indonesia saat menghadiri acara Kongres Tahunan yang diselenggarakan di Hotel Sofitel, Bali (20/01/2019).

Ia menegaskan bahwa keputusan ini murni merupakan bentuk tanggung jawab dalam menebus rasa bersalahnya karena tidak dapat mengangkat wajah sepak bola Indonesia menjadi lebih baik, tanpa adanya paksaan serta ancaman dari pihak manapun. (*Tribun-Bali.com*, 20 Januari 2019)

Walau sebelumnya ia memang sempat dipaksa mundur oleh para pencinta sepak bola tanah air karena dirasa kinerjanya yang jauh dari kata baik. Selain prestasi yang memang tidak kunjung menaik, rangkap jabatan yang ia pikul sebagai Gubernur Sumatera Utara dinilai membuat fokus kinerjanya terbelah, ditambah dengan kasus pengaturan skor yang akhir-akhir ini mencuat kepermukaan pada masa jabatannya juga menjadi salah satu faktor meledaknya amarah para penikmat olahraga si kulit bundar tersebut. (*cnnindonesia.com*, 1 Oktober 2018)

Untuk sementara, bangku kosong yang ditinggalkan Edy Ramayadi tersebut akhirnya digantikan oleh Joko Driyono. Selang beberapa waktu, PSSI akhirnya

menentukan tanggal 2 November 2019 sebagai penentuan siapa yang berhak menggantikan posisi Edy Rahmayadi sebagai orang nomor satu di PSSI.

Sejumlah nama muncul kepermukaan. Namun entah mengapa di hari pemilihan tersebut, sesaat sebelum kongres dimulai ada beberapa nama yang tiba-tiba saja sepakat untuk mengundurkan diri secara serempak. Selain La Nyalla Mattalitti, ada juga Bernhard Limbong, Aven Hinely, Benny Erwin, Fary Djemi, Sarman El Hakim, Vijaya Fitriyasa, serta Yesayas Oktavianus yang turut mundur sebagai calon ketua umum PSSI.

Polemik dan karut-marut yang mewarnai pemilihan Ketua Umum PSSI ini akhirnya tumpah menjadi pemberitaan di berbagai media massa, termasuk *Indosport.com* tentunya.

Intensitas *Indosport.com* pada pemberitaan mengenai Kongres Luar Biasa (KLB) PSSI inipun tidak tanggung-tanggung. Di hari kejadian tepatnya pada 2 November 2019, *Indosport.com* mengunggah berita mengenai hal tersebut hingga mencapai angka 42 judul dengan mayoritas pemberitaan mengenai karut-marutnya kongres tersebut. Namun di hari setelah atau sebelumnya, *Indosport.com* hanya mengabarkan hal tersebut sekitar dua sampai sembilan berita saja per harinya.

Hamad (2004:6) menegaskan bahwa setiap media tentu memiliki tujuan tertentu di balik teks yang mereka buat, entah bermotif ideologis, idealis, ekonomis, maupun politis. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan ketiga elemen pembentuk teks tersebut, yakni penggunaan gaya bahasa, strategi pengemasan, serta soal pemuatan.

Dengan demikian penulis berasumsi bahwa *Indosport.com* membangun isu-isu dari pemberitaan mengenai Kongres Luar Biasa (KLB) PSSI tersebut, hal ini dapat dilihat pada judul-judul yang dipakai oleh *Indosport.com*. Atas pemberitaan-pemberitaan tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa *Indosport.com* juga menggunakan agenda *setting* sebagaimana yang biasa media massa lakukan.

Menurut Tamburaka (2012:22), agenda *setting* atau yang biasa disebut teori penentuan media merupakan teori yang menyatakan bahwa media massa menjadi pusat penentuan kebenaran karena kemampuannya untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan cara mengarahkan kesadaran serta perhatian publik menuju isu-isu yang dianggap penting oleh media massa itu sendiri.

Adapula dua asumsi dasar yang penting mengenai penentuan agenda. Pertama, masyarakat pers dan media massa tidak mencerminkan kenyataan; mereka menyaring dan membentuk isu. Yang kedua, konsentrasi media massa

hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain.

Abidin (2015:236) juga mengemukakan asumsi Kriyantono mengenai agenda *setting*, bahwa media mempunyai kemampuan untuk mengirimkan isu untuk mempengaruhi agenda publik. Maka semakin banyak berita yang diberikan ke publik mengenai suatu peristiwa, berita tersebut juga semakin berpeluang dianggap penting bagi masyarakat sebagaimana media melakukan agenda media.

Namun walau media massa memiliki kekuatan dalam mempengaruhi persepsi masyarakat, semuanya dapat kembali tergantung kepada individunya karena mereka tetap memiliki kebebasan untuk memilih apa yang ingin mereka terima.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, penelitian ini akan mengkaji lebih jauh mengenai kecenderungan isu dalam pemberitaan Kongres Luar Biasa (KLB) PSSI di media *Indosport* dengan alamat website *www.Indosport.com*. Adapula penelitian ini berjudul “Kecenderungan Isu Pemberitaan Kongres Luar Biasa PSSI di *Indosport.com* periode November 2019”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana kecenderungan isu pemberitaan Kongres Luar Biasa (KLB) PSSI di *Indosport.com* pada November 2019?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas tersebut, maka adapula tujuan serta manfaat dari penelitian ini adalah:

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Guna mengetahui kecenderungan isu pemberitaan Kongres Luar Biasa (KLB) PSSI pada media daring *Indosport.com*.
2. Guna mengetahui karakteristik pesan yang diagendakan media daring *Indosport.com* terhadap pemberitaan Kongres Luar Biasa (KLB) PSSI.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Peneliti juga berharap penelitian ini kelak dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis bagi pihak-pihak lain yang akan menggunakannya.

1.3.2.1 Secara Teoretis

Secara teoretis, peneliti berharap kelak penelitian ini dapat memberikan informasi serta memperkaya wacana bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya dalam kajian analisis isi melalui berita-berita yang disajikan.

1.3.2.2 Secara Praktis

Secara praktis, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana kecenderungan sebuah isi pesan yang diagendakan oleh media, serta menjadi bahan informasi juga evaluasi bagi media khususnya *Indosport.com*