

PEMBINGKAIAN ATLET PEREMPUAN PADA AJANG OLIMPIADE TOKYO 2020

DI MEDIA ONLINE OKEZONE.COM DAN KOMPAS.COM

Chrisintya Mauli Sitorus, Wiwid Noor Rakhmad, Nurul Hasfi

chrisintyasitorus@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407
Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Media reporting on female athletes still has some problems. Starting from stereotypes, sexism, objectification, commodification, and their voices that aren't represented proportionally. In Indonesia, the masculine culture embedded in sports and media often ignores the abilities and achievements of female athletes. This study used the critical constructivism paradigm to find out how female athletes are represented through the framing in the online media Okezone.com and Kompas.com during the 2020 Tokyo Olympics. This study used Zhongdang Pan and Gerald M Kosicki's framing analysis. This model divides framing into four elements; syntactic structure, script structure, thematic structure, and rhetorical structure. Ten news, each from online media Okezone.com and Kompas.com from 22 July - 23 August 2021 used as data for this study.

Findings from this study indicate that news titles published by Okezone.com are the result of commodification based on the objectification of female athletes' physical appearances. This can be seen through the syntactic structure used in headlines and leads. The dominant script structure prioritizes "who" and "what" and didn't fulfill the news comprehensiveness as it should. The thematic structure can be seen by the choice of words and how the sentences used in the news tend to objectify women by reducing their appearance. The dominant rhetoric emphasizes diction that focused on physical appearance. Meanwhile, Kompas.com news headline shows gender sensitivity in reporting female athletes. This can be seen by how Kompas.com's syntax emphasizes female athletes' struggles and their career journeys. The syntactic structure of news presented by Kompas.com fulfills the 5W+1H element of news and emphasizes the "how" element. The thematic structure highlights female athletes' achievement as the main theme. The rhetorical structure of the selected photos or images shows the professionalism of female athletes. Findings from this study also show that the representation of female athletes through the media framing of Okezone.com is that female athlete are described as attractive-looking figures seen from their style of dress, glamor life, and their appearance on the field. Meanwhile, there are five representations of female athletes by Kompas.com; (1) Tough, (2) Achievers, (3) Having a high fighting spirit, (4) Responsible, (5) Able to penetrate gender boundaries in sports and (6) Sportive.

Keywords: Framing analysis, representation, online media, female athletes

ABSTRAK

Pemberitaan atlet perempuan masih problematis dengan masalah yang beragam. Mulai dari stereotipe, seksisme, objektifikasi, komodifikasi dan suara atlet perempuan belum terwakili secara proporsional. Kentalnya budaya maskulin dalam tubuh olahraga dan media Indonesia seringkali mengabaikan kemampuan dan prestasi atlet perempuan. Menggunakan paradigma konstruktivisme kritis dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana representasi atlet perempuan melalui pembingkai media online Okezone.com dan Kompas.com pada ajang Olimpiade Tokyo 2020. Menggunakan analisis framing milik Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki. Model ini membagi perangkat framing dalam empat elemen yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. Data yang digunakan yaitu berita dari media online Okezone.com dan Kompas.com dari 22 Juli – 23 Agustus 2021 sebanyak 10 berita dari masing-masing media online.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan judul berita yang diterbitkan oleh Okezone.com merupakan hasil komodifikasi terhadap objektifikasi penampilan fisik atlet perempuan. Terlihat dari struktur sintaksis penggunaan headline dan lead. Skrip dominan mengutamakan unsur *who* dan *what*, tidak memenuhi unsur kelengkapan berita. Tematik terkait pemilihan kata dan hubungan antar kalimat cenderung mereduksi penampilan perempuan yang mengobjektifikasi. Retorik dominan mengedepankan diksi yang mengarah pada penampilan fisik. Sementara itu judul berita Kompas.com menunjukkan sensitive gender dalam memberitakan atlet perempuan. Terlihat sintaksis Kompas.com menekankan pada perjuangan dan perjalanan karir atlet perempuan. Struktur sintaksis berita yang disajikan Kompas.com memenuhi unsur kelengkapan berita 5W+1H dan menekankan pada unsur *how*. Struktur tematik menonjolkan tema utama prestasi atlet perempuan. Struktur retorik foto atau gambar yang dipilih memperlihatkan profesionalitas atlet perempuan. Kemudian hasil penelitian ini juga menunjukkan representasi atlet perempuan melalui pembingkai media Okezone.com adalah atlet perempuan digambarkan sebagai sosok berpenampilan menarik dilihat dari gaya berpakaian, kehidupan glamour dan penampilan dilapangan. Sementara itu ada lima representasi atlet perempuan oleh Kompas.com yaitu atlet perempuan digambarkan sebagai sosok (1) Tangguh, (2) Berprestasi, (3) Memiliki daya juang tinggi, (4) Bertanggung jawab, (5) Mampu menembus batasan gender dalam olahraga dan (6) Sportif

Kata Kunci: Analisis framing, representasi, media online, atlet perempuan

PENDAHULUAN

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 di tengah 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.

Beberapa waktu lalu pada pelaksanaan Olimpiade Tokyo 2020 salah satu media online Viva.co.id melalui pembingkaiannya beritanya melakukan objektifikasi terhadap atlet perempuan dengan menonjolkan penampilan tubuh atlet perempuan. Hal tersebut menjadi ramai diperbincangkan dan mendapat kecaman dari berbagai kalangan masyarakat karena memuat judul berita serta foto atlet perempuan yang masuk dalam kategori mengeksploitasi tubuh perempuan. Dalam hal ini Aliansi Jurnalis Independen (AJI) 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.

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 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. Tahun demi tahun partisipasi perempuan kian meningkat dalam pelaksanaan kegiatan olahraga internasional. Dilansir dari CNN Indonesia, pada Olimpiade Rio 2016 keterlibatan perempuan menduduki angka 40%, kenaikan juga bertambah pada pelaksanaan Olimpiade Tokyo 2020 yang dilaksanakan pada 22 Juli – 8 Agustus 2021 yang menunjukkan bahwa persentase 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.

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. 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*).

RUMUSAN MASALAH

Pemberitaan media tentang isu perempuan dinilai tidak adil dalam memberikan ruang bagi perempuan. Tidak jarang media menggambarkan perempuan dengan stereotipe 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 pembingkaiian Okezone.com dan Kompas.com?

TUJUAN PENELITIAN

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

KERANGKA TEORI

Teori Representasi

Representasi merupakan bagian terpenting pada produksi konsep dan dipertukarkan melalui bahasa oleh antar individu kelompok pada sebuah kebudayaan (Hall, 2003:15). 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).

Menurut Giles (dalam Ida, 2020:24) secara sederhana representasi dapat dipahami sebagai aktivitas dalam upaya memproduksi makna. Framing yang dilakukan oleh media

merupakan suatu wujud representasi dari teks. 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).

Teori Konstruksi Sosial Media Massa

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. 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). 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. 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.

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 (Sudibyo, 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 Sudibyo, 2013:8-9) terdapat tiga konsep pendekatan ekonomi politik media yaitu komodifikasi, spasialisasi, 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. Spasialisasi berhubungan dengan sejauh mana media dapat menghadirkan produknya kepada pembaca dalam batasan ruang dan waktu. 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 selalau dipengaruhi oleh struktur sosial yang berlaku dimasyarakat.

Teori Objektifikasi

Menurut Martha C Nussbaum (1995:249) umumnya objektifikasi dipergunakan sebagai istilah merendahkan yang diartikan dengan cara berbicara, berpikir, dan bertindak tidak sesuai secara moral atau sosial yang biasanya dalam ranah seksual. Rubin menjelaskan bahwa objektifikasi 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).

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 mengidentifikasi

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.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini deskriptif kualitatif dengan desain penelitian analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki serta Analisis Semiotika Fotografi Roland Barthes. Unit analisis penelitian adalah pemberitaan atlet perempuan pada ajang Olimpiade Tokyo 2020 di Okezone.com dan Kompas.com selama kurun waktu 22 Juli – 23 Agustus 2021 dengan jumlah sample 20. Data primer penelitian ini diperoleh dari Okezone.com dan Kompas.com. Data sekunder sebagai data pendukung penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, artikel serta internet. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan membaca, mencermati dan mendokumentasi pemberitaan atlet perempuan yang dimuat di Okezone.com dan Kompas.com.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi framing yang digunakan oleh Okezone.com dalam membingkai atlet perempuan adalah menjadikan penampilan

fisik atlet perempuan sebagai komodifikasi konten pemberitaannya. Pembingkaiian 10 berita Okezone.com bernada negatif, hal tersebut dibuktikan dengan teks berita yang mengarah pada penilaian terhadap penampilan fisik atlet perempuan. Proses pemilihan dan pemilahan fakta yang dilakukan jurnalis tidak terlepas dari pertimbangan ideologi kapitalis patriarki dalam tubuh Okezone.com. Dalam perjalanan media, perempuan dijadikan sebagai pemikat yang menarik curiositas pasar yang dipandang dominan laki-laki dengan menggunakan judul yang menekankan dimensi seksualitasnya (Lusiawati dan Taufik, 2021:252).

Aspek sintaksis yang ditonjolkan adalah headline dan lead berita. *Headline* dan *lead* berita Okezone.com tergolong sensasional karena menekankan penampilan fisik atlet perempuan demi menarik para pembaca untuk mengklik berita tersebut. Mayoritas *lead* berita Okezone.com lebih menekankan pada *what* dan *who* dengan berusaha menjelaskan bahwa atlet perempuan menjadi sorotan karena penampilan fisik mereka. Struktur skrip pada temuan penelitian memperlihatkan seluruh pemberitaan Okezone.com tidak memenuhi unsur kelengkapan berita 5W+1H sehingga informasi yang disajikan berasal dari opini

jurnalis saja. Menurut Jones (dalam Smith, 2015:3) dalam penelitiannya terkait liputan media tentang olahraga, atlet perempuan seringkali digambarkan dalam hal feminitas, seksualitas, emosi, dan penampilan mereka yang menyiratkan kemampuan atletik mereka.

Temuan penelitian pada struktur tematik memperlihatkan Okezone.com menyertakan pemberitaan hanya dari sisi penampilan fisik atlet perempuan dalam lapangan olahraga. Ketika menganalisis 10 berita Okezone.com, peneliti menemukan tema utama dari keseluruhan berita yaitu atlet perempuan digambarkan berpenampilan menarik dengan memberitakan gaya berpakaian maupun kehidupan mewah mereka. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan koherensi penjelas dan sebab akibat.

Pembingkaiian atlet perempuan berpenampilan menarik memperlihatkan Okezone.com melakukan praktik objektifikasi dalam menghadirkan informasi terkait atlet perempuan dalam pemberitaannya. Salah satunya pada berita 1 berjudul “5 Atlet Perempuan Seksi yang Jadi Idola Kaum Adam, Nomor 1 Bakal Tampil di Olimpiade Tokyo 2020”. Liputan media tentang perempuan sering di dominasi pada penampilan terkait keanggunan dan

keindahan (Maguire, 2002:62). Idealnya pemberitaan olahraga seharusnya menghadirkan informasi mengenai kepiawaian atlet, mengapresiasi kiprah atlet dan menceritakan bagaimana proses meraih prestasi.

Hasil penelitian dalam jurnal *communication and sport* menjelaskan bahwa atlet perempuan dalam media secara konsisten sering ditampilkan dalam gaya sangat glamour (Smith, 2015 : 13). Hal yang sama juga terlihat pada pembedaan Okezone.com yang menggambarkan gaya hidup *glamour* atlet perempuan. Terlihat pada berita 4 berjudul “Potret Cantik Hadia Hosny, Anggota DPR Sekaligus Wakil di Bulu Tangkis Olimpiade Tokyo 2020”. Narasi yang dibangun Okezone.com memperlihatkan kehidupan mewah pribadi Hadia Hosny dibuktikan dengan 7 gambar yang memperlihatkan aktivitas pribadi Hadia.

Selain itu, pembedaan atlet perempuan digambarkan *fashionable*. Pembedaan ini muncul dari *headline* berita, penggunaan foto dan pemilihan diksi seperti ‘manis pakai mini dress’, ‘paras cantik menawan’, ‘seksi dengan *glam look*’, ‘kenakan pakaian renang’ dan lainnya. Pada berita 7 berjudul “Potret Cantiknya

Yusra Mardini, Atlet Renang yang Kabur dari Perang Suriah” okezone.com menilai bahwa Yusra cocok sebagai selebgram karena mempunyai selera *fashion* yang bagus. Dalam hal ini Okezone.com memisahkan identitas Yusra sebagai seorang atlet hanya saja memiliki penampilan yang bagus dan mengesampingkan kemampuannya sebagai seorang atlet profesional.

Struktur retorik peneliti menemukan pemberitaan Okezone.com memandang atlet perempuan sebagai sosok perempuan berpenampilan menarik. Teks berita yang dihasilkan Okezone.com merupakan hasil representasi kebertubuhan perempuan sebagai objek estetik dan entitas material saja. Representasi tersebut terlihat jelas melalui penonjolan diksi seperti “seksi”, “tubuh aduhai nan seksi”, “cantik”, “bidadari”, “memikat pesona”, “mencuri perhatian”, “intip”, “manis”, “tebar pesona”, “menawan”, dan “terpesona”. Selain itu penggunaan gambar ataupun foto seringkali memperlihatkan potret atlet perempuan yang tidak berkenaan dengan kegiatannya dalam bidang olahraga.

Representasi atlet perempuan yang dilakukan oleh Okezone.com sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kane

dan Maxwell (2011:203) yang menjelaskan terdapat 2 pola representasi atlet perempuan dalam media yaitu 1) atlet perempuan secara signifikan kurang terwakili dalam hal pemberitaan. 2) pemberitaan atlet perempuan disajikan dengan cara menekankan pada penampilan fisik dibandingkan kemampuan atletik.

Mengacu pada pembahasan setiap perangkat framing diatas, dapat dilihat bahwa strategi yang digunakan Okezone.com dalam membingkai atlet perempuan dengan cara memperkuat stereotip gender tradisional dengan menjadikan perempuan sebagai nilai ekonomi tinggi melalui penggambaran melalui teks dan gambar yang mengarah pada penampilan fisik. Dalam pandangan peneliti, Okezone.com berperan dalam melestarikan ketidaksetaraan gender dalam pemberitaan olahraga karena telah mengkonstruksi atlet perempuan dengan tidak adil gender. Jurnalis mencoba untuk menarik perhatian pembaca dengan judul *clickbait* dan tidak menerapkan kode etik yang harus diperhatikan saat menulis berita terlebih dalam menulis isu terkait perempuan.

Berbeda dengan Okezone.com, peningkatan berita oleh Kompas.com sangat berhati-hati ketika memberitakan isu-isu perempuan terkhusus atlet perempuan.

Media Kompas.com berusaha mempertahankan ideologi gendernya melalui pemberitaan yang berspektif gender. Dengan menggunakan kata-kata emansipasi dalam teks berita. Melalui peningkaiannya Kompas.com menghadirkan perempuan sebagai sosok berprestasi. Sebagai media yang berpihak pada perempuan, Kompas.com mengkonstruksi sebuah realitas dan melahirkan makna baru melalui penggunaan kata-kata emansipasi pemilihan foto dengan angle profesionalitas atlet perempuan. Meskipun sebagai media mainstream namun Kompas.com tetap memberikan ruang bagi perempuan dalam pemberitaannya. Konstruksi berita yang dilakukan Kompas.com menciptakan realitas baru bahwasanya mampu mendekonstruksi pandangan patriarki terkait perempuan dalam pemberitaannya. Media ini juga tidak menggunakan strategi *clickbait* headlinenya.

Terlihat dari struktur *sintaksis*, pemberitaan ini berfokus pada prestasi atlet perempuan terlihat dari penonjolan pada *headline*, *lead* berita dan sumber kutipan. *Lead* berita berisi deskripsi karir dari atlet perempuan dengan penggunaan diksi yang tidak keluar dari konteks olahraga. Media ini menerapkan prinsip *cover both side* dalam pemberitaannya dengan menggunakan

sumber kutipan seperti atlet, pelatih maupun keluarga dalam menyajikan beritanya.

Analisis *skrip* berkaitan dengan ketentuan di dalam penulisan informasi di dalam berita. Berita yang disajikan Kompas.com memenuhi unsur kelengkapan berita 5W+1H. 10 berita yang ditampilkan Kompas.com menekankan pada unsur *how* dalam menjelaskan bagaimana perjuangan atlet perempuan memenangkan turnamen olahraga. Penonjolan tersebut menunjukkan keberpihakan Kompas.com pada atlet perempuan dengan memberitakan secara ideal sebagaimana atlet diberitakan.

Struktur tematik melihat keberpihakan Kompas.com terlihat dari temuan 5 framing yang terbentuk dari berita yang disajikan seperti atlet perempuan digambarkan sebagai sosok, tangguh, berprestasi, memiliki daya juang tinggi, bertanggung jawab dan mampu menembus batasan gender dalam olahraga. Atlet perempuan digambarkan sebagai sosok yang berprestasi. Berbeda dengan apa yang dilakukan Okezone.com terhadap atlet perempuan, Kompas.com menonjolkan prestasi atlet perempuan dalam pemberitaannya tanpa melihat gaya penampilan mereka.

Atlet perempuan digambarkan sebagai sosok yang memiliki daya juang yang tinggi, tangguh dan suportif. Pemilihan *angle* pemberitaan Kompas.com memberikan ruang bagi atlet perempuan untuk dapat berprestasi dan mendapatkan kesempatan yang sama dengan atlet laki-laki dalam pemberitaan olahraga. Pembingkai media ini mampu membuktikan bahwasanya perempuan memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk mengukir prestasi serta mampu menghapus anggapan masyarakat yang selama ini menilai olahraga hanya hegemoni maskulinitas.

Lalu atlet perempuan digambarkan sebagai sosok yang berprestasi. Berbeda dengan apa yang dilakukan Okezone.com terhadap atlet perempuan, Kompas.com menonjolkan prestasi atlet perempuan dalam pemberitaannya tanpa melihat gaya penampilan mereka. Atlet perempuan digambarkan sebagai sosok yang mampu menembus Batasan gender terlihat pada berita 1 berjudul “5 Perempuan Atlet Dunia Pendobrak Hambatan Gender”. Berita tersebut berfokus pada perjuangan para atlet dibuktikan dengan melibatkan para atlet sebagai narasumber dalam berita tersebut.

Berdasarkan pada struktur *retoris* secara keseluruhan Kompas.com cenderung

memihak perempuan melalui penggunaan diksi dan idiom. Selain itu foto atau gambar yang dipilih memperlihatkan profesionalitas atlet perempuan dalam bidang olahraga. Media sangat berpengaruh dalam mempengaruhi cara pandang masyarakat. Oleh karena itu media dalam memberitakan isu-isu perempuan selalu memperjuangkan kesetaraan dan keadilan gender. Seperti yang dilakukan oleh Kompas.com, dimana atlet perempuan direpresentasikan sebagai sosok yang berprestasi dan pemberitaan yang dilakukan oleh Kompas.com merupakan pemberitaan yang ideal untuk rubrik olahraga. Atlet perempuan dipandang berdasarkan kemampuan dan prestasinya bukan berdasarkan penampilan fisik yang melekat pada tubuhnya. Melalui pemberitaan ini Kompas.com membuktikan bahwsanya perempuan juga mampu bersaing dan berprestasi dalam aktivitas olahraga yang selama ini dikenal sarat dengan budaya maskulin di dalamnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diuraikan dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Representasi atlet perempuan yang dibingkai media Okezone.com terkait

pemberitaan dalam ajang Olimpiade Tokyo 2020 membuktikan dalam penulisan beritanya melakukan objektifikasi dan komodifikasi konten pemberitaan dengan merepresentasikan atlet perempuan hanya sebatas penampilan fisik dengan mengesampingkan prestasi mereka dalam bidang olahraga. Hal itu terlihat dari struktur *sintaksis* penggunaan *headline*, *lead* dan mengutamakan opini jurnalis. Struktur *skrip* dominan mengutamakan unsur *who* dan *what*, tidak memenuhi unsur kelengkapan berita sebagaimana mestinya. Struktur *tematik* terkait pemilihan kata dan hubungan antar kalimat cenderung mereduksi penampilan perempuan yang mengobjektifikasi. Struktur *retoris* dominan mengedepankan diksi yang mengarah pada penampilan fisik. Penyajian narasi berita semacam ini menegaskan ideologi dominan patriarki dan kapitalisme dimana atlet perempuan yang memiliki kemampuan dan prestasi cenderung dikesampingkan melainkan hanya dipandang sebagai objek estetik yang memiliki penampilan menarik.

Sementara itu representasi atlet perempuan yang dibingkai oleh Kompas.com lebih memusatkan pemberitaannya pada prestasi dan kompetensi atlet perempuan. Kompas.com memperlihatkan keberpihakkannya pada atlet perempuan yang terlihat kelengkapan struktur framing dalam pemberitaannya. Pada struktur sintaksis Kompas.com menekankan pada perjuangan dan perjalanan karir atlet perempuan. Unsur kelengkapan berita Kompas.com lengkap sehingga informasi yang disajikan tidak berdasarkan opini jurnalis. Dalam menampilkan potret atlet perempuan Kompas.com menonjolkan aktivitas olahraga profesional atlet perempuan dan penggunaan diksi pada setiap pemberitaannya memberikan apresiasi terhadap prestasi para atlet.

Implikasi Penelitian

Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah teori representasi atlet perempuan oleh Okezone.com dan Kompas.com dihadirkan secara berbeda. Representasi okezone.com merugikan atlet perempuan hanya di pandang dari penampilan fisiknya

saja. Berbeda dengan Kompas.com, media ini merepresentasikan atlet perempuan sebagai perempuan yang berprestasi.

Perbedaan pembedaan pemberitaan atlet perempuan yang dilakukan oleh media Okezone.com dan Kompas.com menggambarkan penjelasan terkait teori konstruksi sosial media massa. Peristiwa yang sama akan dikonstruksikan dengan cara berbeda karena setiap jurnalis mempunyai pandangan yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa yang dimuat dalam berita (Eriyanto,2015:18).

Komodifikasi tubuh atlet perempuan oleh Okezone.com merupakan konsep dari ekonomi politik media sebagai penghubung bagaimana industri media dalam memproduksi konten untuk memuaskan keinginan audiens. Berita dilihat sebagai komoditas guna meningkatkan jumlah audiens. Realitas perempuan dalam media dipandang sebagai potensi nilai jual yang menguntungkan. Komodifikasi perempuan hadir karena pandangan budaya patriarki yang menganggap bahwa pasar media lebih di dominasi oleh kaum laki-laki.

Mengacu dari objektifikasi Rae Langton, bentuk objektifikasi yang ditemukan pada atlet perempuan seperti *reduction to body* ketika seseorang dilihat

dari bagaimana tubuhnya atau bagian-bagian tertentu dari tubuhnya dan *reduction to appearance* ketika seseorang diperlakukan dari penampilannya (McKay, 2013:57)

Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dalam memberitakan atlet perempuan jurnalis mengedepankan kode etik jurnalistik serta lebih menggali *angle* berita yang mengedepankan kompetensi dan prestasi atlet perempuan sehingga terciptanya keberimbangan pemberitaan antara atlet perempuan dan laki-laki dalam media online. Selain itu jurnalis seharusnya menghindari headline berita berisi clickbait agar terciptanya konten berita yang ramah gender

Implikasi Sosial

Implikasi sosial dari hasil penelitian ini diharapkan mampu membuka wawasan masyarakat untuk lebih peka dan kritis dalam mengkonsumsi pemberitaan terkait isu perempuan. Ideologi patriarki yang terbentuk oleh media menyebabkan masyarakat mengamini cara pandang yang seharusnya tidak terjadi masyarakat dengan melihat atlet perempuan sebagai sosok yang berprestasi dan tidak berfokus pada penampilan fisik

atlet berdasarkan standar kecantikan yang media langgengkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Coackley, Jay. (2017). *Sports In Society Issues and Controversies*. New York: McGraw-Hill Education.

Eriyanto. (2015). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS

Fakih, Mansour . (2013) . *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hall, Stuart. (2003). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. California: Sage Publications Ltd

Harahap, Muhammad Said. 2021. *Peristiwa dalam Bingkai Foto Jurnalistik*. Medan : umsu press.

Haryono, Cosmas Haryono. (2020). *Kajian Ekonomi Politik Media: Komodifikasi Pekerja dan Fetisisme Komoditas dalam Industri Media*. Jawa Barat: CV Jejak

Hasfi, Nurul dan Bayu Widagdo . (2012) .
Produksi Berita Televisi . Lembaga
Pengembangan dan Penjaminan
Mutu Universitas Diponegoro
Semarang

Kincheloe, Joe L. (2008). *Critical
Constructivism Primer*. New
York:Peter Lang.

Mangan, J A. (2009). *Sport, Media, Culture:
Global and local dimensions*. Great
Britain by Routledg.

Santoso, W. M. (2011). *Sosiologi feminisme:
Konstruksi perempuan dalam
industri media*. LKIS PELANGI
AKSARA.

Vera, Nawiroh. (2014).*Semiotika dalam
Riset Komunikasi*. Bogor : Penerbit
Ghalia Indonesia

Jurnal :

Anwar, M. H., & Saryono, M. (2007).
Kontroversi Citra Perempuan Dalam
Olahraga. *Kontroversi Citra
Perempuan Dalam Olahraga*, 67(6),
14-21.

Bruce, T. (2013). Reflections on
communication and sport: On women

and femininities. *Communication &
Sport*, 1(1-2), 125-137.

Cambrige University Press. (2016).
Language, Gender and Sport

Doko, M. M. (2019). *Representasi
Ketidakadilan Gender Dalam
Konstruksi Pemberitaan Media
Daring tribunnnews. com*. Jurnal
Penelitian Pers dan Komunikasi
Pembangunan, 23(2), 95-108.

Fairchild, K., & Rudman, L. A. (2008).
*Everyday stranger harassment and
women's objectification*. Social
Justice Research, 21(3), 338-357.

Fredrickson, B. L., dan Roberts, T. A. (1997).
Objectification theory: Toward
understanding women's lived
experiences and mental health risks.
Psychology of women quarterly,
(21):2.

Kane, M. J., LaVoi, N. M., & Fink, J. S.
(2013). Exploring elite female
athletes' interpretations of sport
media images: A window into the
construction of social identity and
"selling sex" in women's
sports. *Communication &
Sport*, 1(3), 269-298

Kim, K., Sagas, M., & Walker, N. A. (2011). Replacing athleticism with sexuality: Athlete models in Sports Illustrated swimsuit issues. *International Journal of Sport Communication*, 4(2), 148-162.

<https://search.kompas.com/search/?q=atlet+perempuan+olimpiade+tokyo&submit=Submit#gsc.tab=0&gsc.q=atlet%20perempuan%20olimpiade%20tokyo&gsc.page=1> . Diakses Agustus 2021

McKay, T. (2013). *Female self-objectification: Causes, consequences and prevention*. McNair Scholars Research Journal, 6(1), 7

okezone.com (2021). Hasil pencarian “atlet perempuan olimpiade tokyo”. <https://search.okezone.com/search?q=atlet%20perempuan%20olimpiade%20tokyo&highlight=1&sort=desc&start=0>. Diakses Agustus 2021

Toffoletti, K. (2016). Analyzing media representations of sportswomen— Expanding the conceptual boundaries using a postfeminist sensibility. *Sociology of sport journal*, 33(3), 199-207

Internet:

A gender-equal Tokyo Olympics? More female athletes, nursing mums get a boost. <https://cnalifestyle.channelnewsasia.com/women/tokyo-olympics-women-athletes-gender-equal-mothers-support-271676>. Diakses Agustus 2019

Kompas.com (2021). Hasil pencarian “atlet perempuan olimpiade Tokyo”.