

**MALE GAZE DALAM PEMBERITAAN OLAHRAGA DI MEDIA MASSA
(ANALISIS KONTEN KUANTITATIF PADA PORTAL BERITA DARING
BOLA.COM)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

DESTYAWAN RAMADHAN

07031281924051

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

MALE GAZE DALAM PEMBERITAAN OLAHRAGA DI
MEDIA MASSA

(Analisis Konten Kuantitatif Pada Portal Berita Daring Bola.Com)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

oleh

DESTYAWAN RAMADHAN

07031281924051

Pembimbing I

Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.S.i.

NIP.199309052019032019



Pembimbing II

Eko Pebryan Java, S.Ikom., M.I.Kom.

NIP.198902202022031006



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
MALE GAZE DALAM PEMBERITAAN OLAH RAGA DI MEDIA MASSA
(ANALISIS KONTEN KUANTITATIF PADA PORTAL BERITA DARING
BOLA.COM)

SKRIPSI
Oleh:
DESTYAWAN RAMADHAN
07031281924051

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 15 Desember 2023
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

KOMISI PENGUJI

Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.S.i.
NIP.199309052019032019
Ketua Penguji



Eko Pebryan Jaya, S.Ikom., M.I.Kom.
NIP.198902202022031006
Sekretaris Penguji



Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP.199209132019032015
Penguji 1



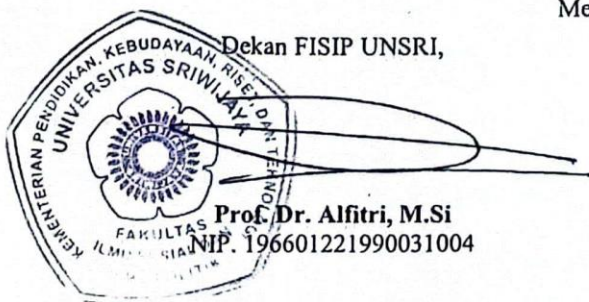
Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom
NIP.197905312023211004
Penguji 2



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Destyawan Ramadhan
NIM : 07031281924051
Tempat dan Tanggal Lahir : Sukabumi, 3 Desember 2000
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Male Gaze* Dalam Pemberitaan Olahraga Di Media Massa (Analisis Konten Kuantitatif Pada Portal Berita Daring Bola.Com)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,

 pernyataan,
Destyawan Ramadhan
NIM. 07031281924051

ABSTRAK

Bola.com merupakan salah satu portal berita dalam jaringan bertaraf nasional yang menyediakan berita seputar olahraga. Sebagai salah satu portal berita olahraga nasional, bola.com mempunyai kewajiban untuk menyampaikan informasi seputar olahraga, tanpa terikat kepentingan apapun, termasuk kepentingan gender tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten berita yang terdapat pada *website* bola.com. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari hasil dokumentasi dan studi Pustaka, dengan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berita yang ditampilkan pada *website* bola.com mengandung *Male Gaze*. Pengidentifikasian berita yang mengandung *Male Gaze* dalam penelitian ini menggunakan tiga dimensi yaitu dimensi liputan, dimensi bahasa, dan dimensi konten visual, yang diturunkan berdasarkan teori *male gaze* oleh Laura Mulvey

Kata Kunci: *Male Gaze*, Bola.com, Portal Berita Dalam Jaringan, Analisis Isi Konten

Pembimbing I

Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si.
NIP. 199309052019032019

Pembimbing II

Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 198902202022031006



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP.196406061992031001

ABSTRACT

Bola.com is a national online news portal which provides a news regarding sports. As one of national online sport news portal, bola.com have an obligation to deliver news without any hidden agendas, including a news about certain genders. The purpose of this research is to analyze the news content that provided by the website of bola.com. This research uses data which comes from the result of documentation and also literature review, with content analysis as the research method. The result of this research shows the news content that provided by bola.com on their website contains male gaze. This research uses three dimension base on Laura Mulvey theory about Male Gaze that is, coverage, language, and visual content to identified which news contains Male Gaze

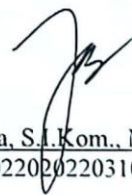
Keyword: Male Gaze, Bola.com, Online News Portal, Content Analysis

Pembimbing I



Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si.
NIP. 199309052019032019

Pembimbing II



Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 198902202022031006



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP.196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Komunikasi Keberlanjutan di Media Sosial (Analisis Isi Kuantitatif Pada Perusahaan Minyak dan Gas di Indonesia)”. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si. selaku Pembimbing I yang selalu memberikan ilmu, arahan, saran, motivasi dan meluangkan waktu berharga selama proses pembuatan skripsi.
5. Bapak Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Pembimbing II yang selalu memberikan ilmu, arahan, saran, motivasi dan meluangkan waktu berharga selama proses pembuatan skripsi.
6. Ibu Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah

memberikan bantuan, ilmu pengetahuan, mendidik dan membimbing selama proses perkuliahan.

8. Keluargaku tercinta, Mama, Papa, dan Kakak yang selalu memberikan hiburan dan motivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala dukungannya selama ini, baik dari dukungan moral dan finansial yang tidak henti – hentinya diberikan agar penulis selalu semangat menyelesaikan pendidikan dan kuat menghadapi segala hambatan, serta doa yang selalu mengiringi setiap langkah penulis.
9. Sahabat tersayang Bella Puspita Aziatri, Fachri Alhadad dan Reyhan Agusta atas seluruh dukungan, perhatian, dan motivasi yang luar biasa selama masa perkuliahan hingga proses berjuang menyelesaikan skripsi.
10. Seluruh pihak yang telah memberikan masukan, motivasi, dukungan dan doa baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas ataupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan Pendidikan di masa yang akan datang.

Palembang, Desember 2023

Destyawan Ramadhan
NIM. 07031281924051

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAKABSTRACTKATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR/ STATISTIK/ SKEMA	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Praktis	13
1.4.2 Manfaat Teoritis	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Komunikasi Massa.....	14
2.2 Media Massa	15
2.3 Teori Gender	17
2.4 Bias Gender.....	18
2.5 Hipotesis	29
2.6 Kerangka Pemikiran.....	30
2.7 Penelitian Terdahulu	31
BAB III.....	35
METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Definisi Konsep	35
3.3 Definisi Operasional	37
3.4 Unit Analisis, Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1 Unit analisis	38
3.4.2 Populasi.....	39
3.4.3 Sampel.....	39

3.5 Data dan Sumber Data	39
3.5.1 Jenis Data	39
3.5.2 Sumber Data.....	40
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.7.1 Dokumentasi	53
3.7.2 Studi Pustaka.....	53
3.8 Teknik Analisis Data.....	53
3.8.1 Teknik Analisis Isi Kuantitatif.....	53
BAB IV	55
GAMBARAN UMUM	55
4.1 Bola.com	55
BAB V PEMBAHASAN	57
5.1 Temuan Penelitian	57
5.2 Hasil Uji Validitas.....	58
5.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
5.4 Temuan Penelitian: Bias Gender dalam Bola.com	59
5.5 Kategori Coverage	60
5.5.1 Keyword Atlet.....	61
5.5.2 Keyword Bola	65
5.6 Kategori Measures	68
5.6.1 Keyword Atlet.....	70
5.6.2 Keyword Bola	77
5.7 Keberpahaman Bola.com.....	82
BAB VI.....	86
KESIMPULAN DAN SARAN	86
6.1 Kesimpulan	86
6.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 3 Definisi Operasional.....	37
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 3. 1 Hasil Uji Reliabilitas untuk berita dengan Keyword Atlet pada website Bola.com.....	46
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas untuk berita dengan Keyword Bola pada website Bola.com.....	49
Tabel 5. 4 Frekuensi Komunikasi Keberlanjutan	59
Tabel 5. 5 Frekuensi Konten Dimensi Coverage.....	60
Tabel 5. 5 Frekuensi Konten Dimensi Coverage.....	68

DAFTAR GAMBAR/ STATISTIK/ SKEMA

Gambar 1.1 Pemetaan Audiens.....	12
Gambar 4.1 Logo Bola.com.....	55
Gambar 5. 1 Frekuensi Dimensi	60
Gambar 5. 2 Frekuensi Dimensi Coverage.....	61
Gambar 5. 3 Frekuensi Dimensi Coverage Keyword Atlet.....	62
Gambar 5. 4 Unggahan foto, video, atau bentuk grafis lainnya mengenai atlet laki-laki	63
Gambar 5. 5 Unggahan mengenai artikel atlet laki-laki.....	63
Gambar 5. 6 Unggahan foto, video, atau bentuk grafis lainnya mengenai atlet perempuan.....	64
Gambar 5. 7 Unggahan artikel atlet perempuan	64
Gambar 5. 8 Frekuensi Dimensi Coverage Keyword Bola	65
Gambar 5. 9 Unggahan foto, video, atau bentuk grafis lainnya mengenai atlet laki-laki	66
Gambar 5. 10 Unggahan mengenai artikel atlet laki-laki.....	66
Gambar 5. 11 Unggahan foto, video, atau bentuk grafis lainnya mengenai atlet perempuan.....	67
Gambar 5. 12 Unggahan artikel atlet perempuan	67
Gambar 5. 13 Frekuensi Dimensi Measures.....	70
Gambar 5. 14 Frekuensi Dimensi Measures Keyword Atlet.....	70
Gambar 5. 15 Unggahan foto, video, atau bentuk grafis lainnya mengenai atlet laki-laki dalam aktivitas atletik.....	71
Gambar 5. 16 Unggahan foto, video, atau bentuk grafis lainnya mengenai atlet perempuan dalam aktivitas atletik	72
Gambar 5. 17 Unggahan artikel atlet laki-laki sebagai seorang atlet	73
Gambar 5. 18 Unggahan artikel atlet perempuan sebagai seorang atlet.....	73
Gambar 5. 19 Unggahan artikel mengenai atlet laki-laki diluar aktivtias atletik	74
Gambar 5. 20 Unggahan artikel mengenai atlet perempuan diluar aktivtias atletik	75
Gambar 5. 21 Unggahan artikel mengenai kehidupan pribadi atlet perempuan sebagai seorang atlet	76
Gambar 5. 22 Unggahan artikel mengenai kehidupan pribadi atlet laki-laki sebagai seorang atlet	76

Gambar 5. 23 Unggahan Artikel, Foto, video, atau bentuk grafis lainnya mengenai atlet laki-laki atau perempuan yang menunjukkan sugesti seksual	77
Gambar 5.24 Frekuensi Dimensi Measures Keyword Bola	78
Gambar 5.25 Unggahan foto, video, atau bentuk grafis lainnya mengenai atlet laki-laki dalam aktivitas atletik.....	79
Gambar 5. 26 Unggahan artikel atlet laki-laki sebagai seorang atlet	79
Gambar 5. 27 Unggahan artikel atlet perempuan sebagai seorang atlet.....	80
Gambar 5. 28 Unggahan foto, video, atau bentuk grafis lainnya mengenai atlet perempuan dalam aktivitas atletik	81
Gambar 5.29 Unggahan artikel mengenai kehidupan pribadi atlet laki-laki sebagai seorang atlet	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media merupakan tempat yang pertama kali akan dicari oleh orang-orang yang ingin mencari informasi. Media menjadi pilihan utama adalah dikarenakan sifat media dewasa ini tidak terbatas ruang dan waktu. Maksudnya adalah media dapat diakses dimanapun dengan adanya teknologi, dan dapat diakses pada waktu yang dikehendaki. Hal ini merupakan bentuk perubahan yang media miliki dari media di zaman dulu berupa koran, majalan, dan bentuk media cetak lainnya, yang dalam pengaksesannya masih mempertimbangkan ruang dan waktu. Evolusi yang media miliki sekarang berbentuk *New media*, atau media yang berbasis digital melalui internet, sehingga tidak perlu lewat media cetak lagi.

Namun, tanpa adanya evolusi pun, sedari dulu media memiliki kekuatan yang sangat kuat dalam mempengaruhi pembaca nya. Maka dari itu, ada banyak teori-teori yang mengkaji mengenai seberapa kuat pengaruh media, sebagai pihak pertama yang memutuskan untuk mengangkat informasi apa, menampilkan informasi apa, bagaimana informasi tersebut disampaikan, dan lain sebagainya. Media kuat, dikarenakan media sedari dulu merupakan tempat orang-orang mencari informasi. Informasi merupakan suatu hal yang mahal, bahkan sampai bisa menjadi alasan suatu negara memenangkan peperangan. Pada masa Perang Dunia I dan II setiap pasukan militer memiliki pasukan yang bertugas khusus untuk mencari informasi. Maka

dapat dibayangkan betapa kuatnya informasi, yang pada dunia pasca PD I & II dipegang oleh media.

Dengan fakta yang ada mengenai kuatnya media, penyampaian informasi di dalam media sangat diperhatikan oleh banyak peneliti dikarenakan dapat menentukan arah jalannya publik. Media kerap kali dijadikan bahan penelitian, untuk perbaikan kepada media yang diteliti agar menjadi lebih baik seiring berjalannya waktu. Salah satu yang seringkali menjadi bahan kritikan kepada media adalah bagaimana media menarasikan mengenai perempuan. Media seringkali dipenuhi dengan pandangan yang patriarki dalam narasi yang disampaikan, sehingga terjadilah bias gender terhadap perempuan. Hal ini akan menjadi berbahaya dikarenakan kemungkinan hak perempuan untuk dipenuhi akan lebih rendah dibandingkan laki-laki.

Urgensi bias gender menjadi perhatian dari banyak orang secara global, salah satu contoh yang dapat diambil adalah penelitian yang dilakukan oleh Cordelia Fine, Victor Sojo, dan Holly Lawford-Smith pada tahun 2020 yang berjudul “*Why Does Workplace Gender Diversity Matter? Justice, Organizational Benefits, and Policy*”, yang muncul dikarenakan masih sering ditemukan bias gender yang dapat ditemukan dimanapun, salah satunya dalam lingkungan kerja. Penelitian yang mereka lakukan menjelaskan mengenai mengapa sebenarnya WGD (*Workplace Gender Diversity*), atau lebih mudah dipahami sebagai Keberagaman Gender di Tempat Kerja, perlu ada dalam lingkungan kerja dikarenakan ada tiga

bentuk diskriminasi yang akan terjadi dengan kurang diterapkannya WGD. (Fine dkk., 2020)

Adapun bentuk diskriminasi yang ada yaitu *Direct Discrimination*, yaitu diskriminasi berupa perlakuan yang kurang berkenan terhadap seorang wanita (Misalnya keengganan untuk mempekerjakan seorang wanita yang mempunyai anak, atau seorang wanita yang sedang dalam usia aktif hamil). Selanjutnya *Indirect Discrimination*, yaitu diskriminasi berupa kebijakan yang tidak proporsional terhadap pekerja wanita (misalnya untuk mendapatkan promosi, diperlukan bagi pekerja agar selalu siap siaga melakukan pekerjaan kantor yang mana hal ini tidak memungkinkan untuk dilakukan oleh wanita dikarenakan adanya cuti-cuti yang tidak bisa dihindari dikarenakan keadaan biologis seperti menstruasi bulanan, kehamilan, dan lain sebagainya. Setelah itu *Sex-based Harrasement*, yang merupakan bentuk perlakuan yang kurang berkenan yang dilakukan kepada perempuan misalnya seperti *cat-calling*, dan lain sebagainya. (Fine dkk., 2020)

Penelitian ini menjelaskan dan meluruskan mengenai perlu adanya peningkatan WGD untuk dapat menjadi solusi dari permasalahan yang dirasakan wanita didunia kerja. WGD bukan merupakan suatu hal yang kontroversial, dan harus selalu jadi isu yang penuh masalah. Sebaliknya peningkatana WGD akan memberikan efek yang positif terhadap lingkungan kerja (Fine dkk., 2020). Penelitian ini menjelaskan mengenai stereotip yang ada mengenai wanita di dunia kerja. Misalnya pada stereotip ditingkatan vertikal saat wanita menjadi seorang pemimpin dalam suatu

projek. Wanita dianggap lebih tidak memenuhi syarat untuk menjadi seorang pemimpin dikarenakan lebih sering menggunakan emosi saat mengambil sebuah keputusan. Penelitian ini menyatakan bahwa bisa jadi walaupun stereotip itu benar, namun belum tentu hal itu merupakan hal buruk. Dengan adanya wanita dalam peran sebagai pemimpin, dapat memberikan sebuah perspektif mengenai hasil yang akan didapatkan dari keputusan yang dibuat. Hasil tersebut adalah berupa pemahaman yang lebih luas terhadap pemahaman gender laki-laki dan perempuan sebagai target dari perusahaan misalnya. Maka dari itu peningkatan WGD selain menjadi hal yang dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dari pekerja wanita, hal ini juga akan memiliki manfaat yang sama positifnya terhadap lingkungan kerja, baik dari internal, maupun eksternal.

Sayangnya dunia olahraga yang seringkali menjadi perhatian publik juga masih sering terlihat adanya bias gender. Seperti yang ada dalam jurnal yang ditulis oleh Natalia Organista, dan Zuzanna Mazur di tahun 2020 yang berjudul *“I’ve Never Really Thought About It”: The Process Of News Construction And Perception Of Underrepresentation Of Women’s Sport Media Coverage By Editors-In-Chief In Mainstream Polish Media*”. Penelitian ini memiliki hipotesis bahwa berita yang disampaikan bukanlah hasil dari apa yang sebenarnya terjadi, melainkan bentuk dari buah pikiran media dan jurnalisnya. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan cara wawancara secara mendalam dalam mengumpulkan data mengenai ketertarikan terhadap berita olahraga yang menampilkan atlet perempuan (Fine et al., 2020). Secara mengejutkan hasil dari penelitian ini

adalah beberapa narasumber yang diberikan pertanyaan menyatakan ketidaktertarikan kepada dunia olahraga yang dibintangi oleh atlet perempuan. Dalam salah satu wawancara, saat ditanyai mengenai apa yang menjadi bahan obrolan dari para narasumber perempuan, mereka menyatakan bahwa sama sekali tidak pernah menjadikan olahraga sebagai topik dari pembicaraan yang mereka lakukan.

Beralih dari narasumber, penelitian ini mencari tau permasalahan yang ada di dalam penulisan berita oleh media, dan jurnalis yang mereka miliki. Dari banyaknya jurnalis dan media yang diwawancarai, dapat diambil kesimpulan bahwa adanya keengganan untuk mempromosikan berita olahraga yang meliput atlet perempuan. Ditemukan bahwa alasan yang ada mengenai keengganan ini adalah dikarenakan jurnalis terbiasa dalam menulis berita yang dapat menarik perhatian dari pembaca. Berita olahraga mengenai atlet perempuan, sedari dulu bukanlah merupakan berita yang dapat menarik minat pembaca, dan juga superioritas yang dimiliki oleh laki-laki dibandingkan oleh perempuan di dunia olahraga merupakan suatu hal yang “normal. (Organista & Mazur, 2021)

Selain didunia pemberitaan internasional, bias gender juga terdapat pada pemberitaan ditingkat nasional. Adapun beberapa bentuk berita di media, yang seringkali memojokkan perempuan, padahal seharusnya media merupakan tempat di manaperempuan sebagai korban dapat mendapatkan rasa simpati sehingga dapat memperbaiki mental korban yang menjadi korban, malah berakibat sebaliknya.

Dalam kajian yang dilakukan oleh Arindya Iriyana Putri di tahun 2019 yang berjudul, “Bias Gender dalam Pemberitaan Pemerkosaan di Media *Online*”, Aridnya menjelaskan mengenai bagaimana berita *online* menggunakan model analisis wacana Saran Milis yang menekankan pada pemosisian aktor lewat narasi yang disampaikan di dalam berita. Aridnya mengambil contoh dengan dua berita yang terdapat di media lokal dengan *headline* yang berjudul “Gagahi ABG Putri Usia 15 Tahun, Pria Setengah Abad Diringkus” dan “Sang Ibu jadi Pekerja Imigran, Gadis di Sumba Timur Diperkosa Ayah Kandung, Ini Ceritanya”(Putri, 2022).

Setelah diteliti menggunakan model analisis wacana Sara Milis, di temukan bahwa berita lebih memojokkan korban dengan narasi-narasi yang ada di dalamnya. Narasi di dalam berita bersifat menggambarkan perempuan sebagai sosok yang lemah, dan hanya pasrah sebagai korban. Narasi di dalam berita pun memposisikan pembaca untuk lebih fokus kepada korban, yang seharusnya fokus kepada pelaku yang melakukan perbuatan yang keji terhadap korban.

Contoh serupa terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Eni Maryani, Preciosa Alnashava Janitra, Detta Rahmawan di tahun 2019 yang berjudul, “Bias Gender dalam Pemberitaan Media Lokal”. Penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana konstruksi media mengenai pemberitaan yang membahas mengenai perempuan. Penelitian ini mengambil contoh pemilihan narasumber dalam berita dengan *headline*, “Ajak Makan Modus Pelaku Perkosa Korban di Kamar Kost” (Maryani dkk., 2019). Isi berita ini adalah mengenai anak perempuan yang menjadi korban pelakuk

pemeriksaan yang dilakukan oleh laki-laki kepada perempuan. Kutipan narasumber yang dipilih dalam penampilan *headline* berita tersebut yaitu narasumber menyarankan kepada para orang tua untuk membatasi pergaulan yang dilakukan oleh anak perempuan dengan lawan jenis. Padahal seharusnya yang lebih difokuskan adalah kepada pelaku. Kutipan bersifat *victim blaming* yang seharusnya tidak perlu ditampilkan oleh media.

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai hal ini, peneliti tertarik untuk mengetahui bias gender yang terdapat pada pemberitaan olahraga. Alasannya adalah dikarenakan olahraga merupakan aktivitas yang seringkali dijadikan sebagai simbol kejantanan oleh laki-laki. Olahraga identik dengan nilai-nilai maskulinitas, dan juga seringkali terjadi pendeskripsian mengenai laki-laki yang tidak berolahraga dianggap "*feminism*". Padahal pada kenyataannya dunia olahraga tidak saja diisi oleh atlet laki-laki, namun juga ada banyak sekali atlet perempuan.

Terkait hal ini, pemberitaan olahraga merupakan satu dari jenis berita yang sangat digemari oleh masyarakat. Contohnya saja pada cabang olahraga sepakbola, pada ajang Piala Dunia. Piala dunia merupakan ajang empat tahunan yang diselenggarakan oleh FIFA (*Federation Internasional Football Asociation*). Menurut penelitian yang dilakukan oleh tim Kok Bisa, sebuah Youtube yang bergerak pada bidang penelitan, ajang piala dunia mampu untuk menarik perhatian dari sekitar setengah populasi bumi. Ajang piala dunia sangat digemari hingga masyarakat seluruh dunia yang mempunyai pembagian waktu yang berbeda-beda, rela untuk mengorbankan jam istirahatnya untuk menonton pertandingan sepak bola, bahkan rela

untuk menghabiskan uangnya untuk menonton pertandingan secara langsung.

Alasan mengapa masyarakat sangat menggemari pertandingan olahraga adalah dikarenakan adanya drama, sehingga hal ini memicu hormon dalam tubuh manusia bereaksi tergantung dari situasi yang ada pada lapangan. Pertandingan olahraga layaknya hiburan dalam bentuk lainnya seperti menonton acara komedi, berpergian ke tempat yang digemari, melakukan hal yang disenangi, dan lain sebagainya. Maka dari itulah berita olahraga merupakan salah satu berita yang sangat ditunggu oleh masyarakat, dikarenakan hormon yang dihasilkan serupa, dengan hiburan dalam bentuk lainnya.

Hal ini juga yang menjadi pertimbangan dari banyak peneliti yang memfokuskan pada isu gender dalam olahraga. Banyak cabang olahraga di dunia, yang tidak hanya diikuti oleh atlet pria, namun juga diikuti oleh atlet perempuan. Namun, pemberitaan yang dilakukan oleh media selalu saja lebih menonjolkan atlet pria ketimbang atlet perempuan. Kurangnya pemberitaan oleh media mengenai atlet perempuan terjadi di banyak negara. “Bukan hanya kurangnya media dalam meliput mengenai atlet perempuan, juga media menunjukkan kurangnya rasa hormat yang media berikan kepada atlet perempuan.” (Organista & Mazur, 2021)

Bisa diambil contoh dari cabang olahraga yang terkenal di dunia seperti pada cabang olahraga sepak bola. Dalam olahraga sepak bola, atlet terbaik pria dari olahraga ini sangat dikenal oleh masyarakat luas. Semua orang pasti mengenal Cristiano Ronaldo, dan juga Lionel Messi yang dijuluki

sebagai *Greatest of All Time* (GOAT) dikarenakan dedikasi yang mereka berikan, dan juga dari banyaknya penghargaan yang telah mereka capai di dunia sepak bola. Tidak hanya di dalam dunia sepak bola, ketenaran yang mereka miliki juga sampai diluar dunia sepak bola. Sering kali mereka diundang sebagai narasumber acara televisi, menjadi bintang iklan, menjadi *Brand Ambassador* dan banyak hal lainnya. Pengaruh yang mereka berikan di luar dan di dalam dunia sepak bola, sangatlah besar. Bahkan Cristiano Ronaldo di tahun 2019 mempunyai *followers* Instagram sebanyak 150+ juta jiwa (Instagram, 2023), yang jika dijadikan sebuah negara akan lebih banyak daripada jumlah populasi Negara Jepang yang hanya sebanyak 127+ juta jiwa.

Hal yang dirasakan oleh atlet terbaik pria, belum tentu dirasakan oleh atlet terbaik perempuan pada cabang olahraga yang sama. Alexia Putellas, merupakan pemenang dua kali Balon D'or, yang merupakan penghargaan paling bergengsi yang diberikan oleh FIFA kepada pemain sepak bola terbaik di dunia di tahun 2021, dan 2022. Jika dibandingkan dari segi yang paling nampak misalnya *followers* di Instagram, Alexia Putellas hanya memiliki 2,5 juta followers (Instagram, 2023). Jika dibandingkan dengan Cristiano Ronaldo, pengikut yang dimiliki oleh Alexia Putellas bahkan tidak sampai 1/10 dari jumlah pengikut yang dimiliki oleh Cristiano Ronaldo.

Selanjutnya kita juga bisa membandingkan antara Lebron James, dan juga pemain terbaik WNBA (*Women National Basketball Association*) 2021 Jonquel Jones. Lebron James memiliki pengikut di Instagram sebanyak 157 juta pengikut(Instagram, 2023), sedangkan Jonquel Jones hanya memiliki

pengikut sebanyak 44,8 ribu (Instagram, 2023). Perbedaan yang sangat signifikan menilai keduanya merupakan pemain terbaik di ajang bola basket paling bergengsi di seluruh dunia.

Narasi-narasi sentimental kerap kali menjadi isu yang ada pada dunia olahraga perempuan. Atlet perempuan seringkali digambarkan sebagai atlet yang tidak akan pernah bisa menyamai kemampuan yang dimiliki oleh atlet pria. Seringkali pertandingan yang dilaksanakan oleh atlet perempuan, tidak lebih menarik dari pertandingan yang disuguhkan oleh atlet pria, dan banya narasi serupa. Seperti salah satunya pada *bit* yang dilontarkan oleh (Dave Chapelle, 2020), seorang komika asal Amerika, pada salah satu pertunjukkan stand up komedinya mempunyai *bit* mengenai apabila LeBron James, yang merupakan salah satu atlet pria NBA (*National Basketball Association*) terbaik saat ini, merubah gendernya menjadi perempuan, dia akan menghasilkan *840-point* saat melakukan pertandingan di WNBA. Narasi-narasi seperti inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa media tidak terlalu berminat untuk memberitakan atlet perempuan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh *The International Sports Press Survey* (Horky & Nieland, 2013), pemberitaan olahraga memperlihatkan representasi gender yang tidak seimbang. *The International Sports Press Survey* menyimpulkan bahwa lebih dari 90% artikel ditulis oleh jurnalis laki-laki, dan lebih dari 85% artikel berfokus pada berita mengenai atlet laki-laki.

Selain kurangnya representasi yang atlet perempuan dapatkan ketimbang atlet pria, narasi-narasi yang sering media sematkan dalam

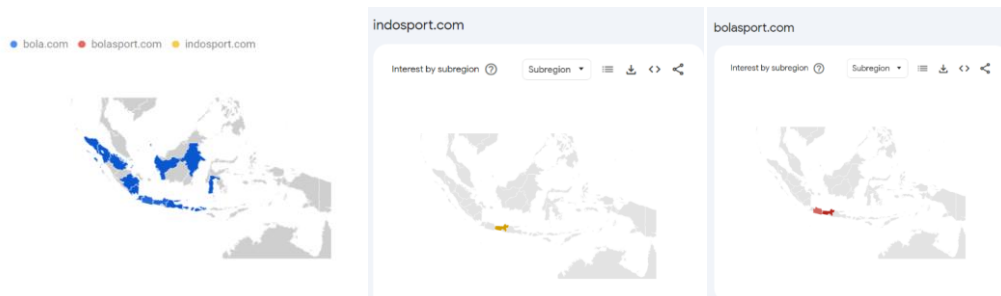
pemberitaan atlet perempuan adalah mengenai hal-hal yang berbau mengobjektifikasikan perempuan. Misalnya seperti berita yang di tulis oleh Suyanto pada (Suyanto, 2018) yang memberitakan Alexia Putellas dengan judul *Headline* “Kisah Alexia Putellas, si Cantik Penerima Ballon d'Or Beruntun, Berapi-api Cerita Lutut Pecah.” Media mengobjektifikasikan Alexia Putellas dengan narasi cantik, padahal seharusnya yang lebih ditonjolkan adalah penghargaan yang diraih oleh Alexia Putellas sebagai atlet perempuan.

Dengan adanya narasi-narsai sentimen yang media miliki terhadap atlet perempuan, hal ini akan berdampak pada kurangnya hak-hak yang seharusnya didapatkan oleh atlet perempuan. Maka dari itu menjadi penting kajian ini untuk dilakukan, untuk meneliti mengenai alasan apa yang menyebabkan media memperlakukan atlet perempuan berbeda dibandingkan atlet pria, dan bagaimana solusi yang dapat dilakukan agar memperbaiki hal yang ada.

Maka dari itu dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai, “*Gender Bias* Dalam Pemberitaan Olahraga Di Media Massa: Analisis Konten Kuantitatif Pada Portal Berita Daring Bola.Com”. Alasannya adalah dikarenakan olahraga dewasa ini seringkali diasosiasikan kepada laki-laki. Hal ini dikarenakan olahraga seringkali dimaknai dengan suatu hal yang maskulin, kuat, kerja keras, dan lain sebagainya yang di manacitra perempuan seringkali dianggap tidak cocok untuk diasosiasikan dengan olahraga. Hal ini tentu akan menjadi menarik jika dijadikan topik penelitian karena menurut peneliti sudah pasti akan terjadi bias gender

didunia olahraga. Harapan peneliti dalam penelitian ini adalah agar dapat ikut membantu atlet perempuan yang sekiranya merasakan bias gender, agar dapat lebih mendapatkan haknya.

Gambar 1.1 Pemetaan Audiens



Sumber: Google Trends, 2023

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis mengenai representasi pemberitaan yang ada pada portal berita Bola.com. Bola.com merupakan salah satu portal berita olahraga yang paling banyak dicari oleh para pecinta olahraga. Menurut Google Trends dari ketiga portal berita olahraga mainstream seperti indosport.com, dan juga bolasport.com, portal berita bola.com menjadi portal berita yang paling dicari. Dari sebaran wilayah yang mencari bola.com berasal dari seluruh wilayah di Indonesia, sedangkan yang mencari bolasport.com hanya berasal dari pulau Sumatera dan Jawa, dan indosport.com berasal dari beberapa pulau besar di Indonesia kecuali Papua. Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk menjadikan Bola.com sebagai objek penelitian peneliti dalam mencari data mengenai apakah terdapat bias gender dalam pemberitaan olahraga yang terdapat di Bola.com sebagai portal berita olahraga *mainstream* yang paling banyak dicari diseluruh Indoensia.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana cara bola.com dalam menyajikan pemberitaan mengenai atlet perempuan.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana cara portal berita dalam jaringan bola.com, dalam menyajikan pemberitaan mengenai atlet perempuan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Skripsi ini diharapkan dapat menyampikan pesan kepada publik mengenai adanya bias gender yang terjadi dalam pemberitaan olahraga dalam jaringan.
2. Skripsi ini diharapkan dapat berguna sebagai suatu bentuk komunikasi dalam peningkatan citra positif terhadap atlet perempuan, sehingga dapat mendorong terpenuhinya hak-hak atlet perempuan.
3. Skripsi ini diharapkan untuk dapat memberikan perubahan dalam praktik media, sehingga dapat lebih netral dan adil dalam berita yang ditulis.

1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada audiens mengenai bagaimana media menerima dan menginterpretasi informasi yang didapatkan, dan bagaimana media membentuk pesan yang akan mengarahkan persepsi audiens terhadap informasi yang didapatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- BKKBN. (2005). *Bahan Pembelajaran Pengarusutmaan Gender*. Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Bungin, B. H. M. (2006). Sosiologi komunikasi: teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat. *Language*, 19(395p), 24cm.
- Dave Chapelle. (2020). *Lebron James Change Gender*.
<https://www.youtube.com/watch?v=4IH0HbF-51s>
- Eastman, S. T., & Billings, A. C. (2000). Sportscasting and sports reporting: The power of gender bias. *Journal of Sport and Social Issues*, 24(2), 192–213.
- Eriyanto. (2011). Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya. Dalam *Eriyanto*. Kencana Prenada Media Group.
- Fine, C., Sojo, V., & Lawford-Smith, H. (2020). Why does workplace gender diversity matter? Justice, organizational benefits, and policy. *Social Issues and Policy Review*, 14(1), 36–72.
- Google Trends. (2023). *Comparison*.
<https://trends.google.com/trends/explore?date=now%201-d&geo=ID&q=bola.com,indosport.com,bolasport.com&hl=en>
- Hermawan, H., & Hamzah, R. E. (2017). Objektifikasi perempuan dalam iklan televisi: Analisis lintas budaya terhadap iklan parfum axe yang tayang di televisi indonesia dan amerika serikat. *Jurnal Kajian Media*, 1(2).
- Horky, T., & Nieland, J.-U. (2013). *International sports press survey 2011* (Vol. 5). BoD–Books on Demand.
- Instagram. (2023a). *Alexia Instagram Followers*.
<https://www.instagram.com/alexiaputellas/>
- Instagram. (2023b). *Cristiano Instagram Followers*.
<https://www.instagram.com/cristiano/>
- Instagram. (2023c). *Jonquel Instagram Followers*.
<https://www.instagram.com/jus242/>
- Instagram. (2023d). *Lebron Instagram Followers*.
<https://www.instagram.com/kingjames/>
- IOC. (2020, Mei). *Athletes*. <https://olympics.com/ioc/athletes>

- Irfan Ristia Rahmadani. (2020). *Pengembangan Portal Berita Kabupaten Bantul Berbasis Website Dengan Konsep Citizen Journalism*. STIMIK AKAKOM YOGYAKARTA.
- Junaedi, F., & Bharata, B. S. (2014). *Berita WAGs dalam Sudut Pandang Laki-laki*.
- Kok Bisa. (2023). *Kok Bisa*. <https://www.youtube.com/@KokBisa/videos>
- Kunto, S. A. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Malik, M. R. (2016). *A content analysis of gender-specific media coverage of sport: NCAA athletic department home webpages*.
- Maryani, E., Janitra, P. A., & Rahmawan, D. (2019). Bias Gender dalam Artikel di Media Lokal. *Communication and Information Beyond Boundaries*, 21.
- Muliawan, A. (2021). Bias Seksisme dalam Penulisan Berita Olahraga. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(1), 48–60.
- Mulvey, L. (2013). Visual pleasure and narrative cinema. Dalam *Feminism and film theory* (hlm. 57–68). Routledge.
- Nurdin, M. (2004). *Kiat menjadi guru profesional*. Yogyakarta: Prismsophie.
- Organista, N., & Mazur, Z. (2021). “I’ve never really thought about it”: the process of news construction and perception of underrepresentation of women’s sport media coverage by editors-in-chief in mainstream Polish media. *Sport in Society*, 25(1), 126–143.
- Putri, A. I. (2022). Bias Gender dalam Pemberitaan Pemerkosaan di Media Online. *Judul: Membangun Narasi Adil Gender di Perguruan Tinggi*, 67.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Storey, J. (1994). *An introductory guide to cultural theory and popular culture*.
- Suyanto. (2018). *Kisah Alexia Putellas, si Cantik Penerima Ballon d’Or Beruntun, Berapi-api Cerita Lutut Pecah*. surabaya.tribunnews.com. <https://surabaya.tribunnews.com/2022/10/18/kisah-alexia-putellas-si-cantik-penerima-ballon-dor-beruntun-berapi-api-cerita-lutut-pecah>
- Ummah, A. H. (2022). *Manajemen Industri Media Massa*. Syiah Kuala University Press.
- Wester, F. P. J. (2005). K. Krippendorff, Content analysis. An introduction to its methodology:, 2005 9780761915447. *Communications*, 30, 124–126.