



UNIVERSITI
PENDIDIKAN
SULTAN IDRIS
اونڤورسيتي قنڤديڤقن سلطان ادريس

SULTAN IDRIS EDUCATION UNIVERSITY

PROSIDING

Seminar Internasional

Budaya Komunikasi dan Teknologi

21-23 Januari 2020

Penyunting :

**Rizky Hafiz Chaniago | Siti Nor Amalina Ahmad Tajuddin
Nordiana Hamzah | Hasrina Baharum**

ISBN : 978-979-190-72-4-8

KANDUNGAN

<i>Prakata</i>	iv
<i>Pengenalan</i>	v
1. Urgensi Strategi Komunikasi dalam Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Pertambangan dan Perbankan di Sumatera Utara Indonesia <i>Arifin Saleh</i>	1
2. A Review of Social Media Use in Malaysian Higher Institution <i>Haslinda Abdull Rahman & Siti Nor Amalina Ahmad Tajuddin</i>	5
3. Aktualisasi Diri Mahasiswa di dalam Media Sosial Instagram. <i>Fadhil Pahlevi Hidayat</i>	9
4. Analisis Emosi Marah Pemimpin Melayu Dahulu dalam Hikayat Raja Pasai <i>Nurul Norasuwat Rosli & Nordiana Hamzah</i>	12
5. Analisis Framing Berita Vonis Penista Agama di Republika.co.id dan Detik.com <i>Anang Anas Azhar & Fuad Akba</i>	16
6. Citra Presenter Perempuan dalam Siaran Olah Raga di Televisi Indonesia <i>Corry Novrica AP Sinaga</i>	20
7. Penerapan Fungsi Komunikasi dalam Keluarga Untuk Membentuk Anak Sholeh <i>Yan Hendra</i>	23

8. **Dampak Aplikasi Youtube Terhadap Psikologi Anak** 26
Billa Dea Pramusinta, Nafa Audina, Nurlela Sari & Akhyar Anshori
9. **Kritikan Pemimpin Melayu dalam Novel Patriarch** 30
Nordiana Hamzah, Hasrina Baharum, Farra Humairah Mohd, Siti Nor Amalina Ahmad Tajuddin, Azhar Wahid, Bazrul Bahaman & Nur Farakhanna Muhd Rusli
10. **Hijab: Wanita, Globalisasi dan Budaya Patriarki** 33
Rizky Hafiz Chaniago

i

11. **Hubungan Kemahiran Komunikasi dalam Pembelajaran Bahasa Kadazandusun Abad ke-21 dengan Sikap Murid Sekolah Menengah di Negeri Sabah** 37
Minah Sintian, Rosliah Kiting, Alizah Lambri
12. **Identitas Orang Perlis Semenanjung di Desa Perlis Pangkalan Brandan Sumatera Utara** 42
Leylia Khairani
13. **Jurnalis Menghadapi Era Konvergensi** 47
Puji Santoso
14. **Impak Inovasi Sigar Terhadap Budaya Masyarakat Kadazandusun** 51
Rosliah Kiting & Farayneld Bryn Fabian
15. **Kepentingan Literasi Media Untuk Pengguna Media di Era Keuntungan Maklumat: Kajian Semula** 54
Muhammad Anhar
16. **Pemaparan Visual Pakaian Bercirikan Nilai Budaya di Malaysia Pada Siri Animasi Televisyen Kanak-Kanak** 57

CITRA PRESENTER PEREMPUAN DALAM SIARAN OLAHRAGA DI TELEVISI INDONESIA

Corry Novrica AP Sinaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

corrynovrica@umsu.ac.id

Pengenalan

Umumnya stasiun televisi menciptakan program-program acara hiburan dan informasi antara lain seperti berita, *sport*, musik, *film*, kuis, *talk show*, *variety show*, *reality show*, dan sebagainya (Morissan, 2008). Salah satu yang diminati oleh pemirsa yaitu program siaran olahraga yang ada hampir di semua stasiun televisi di Indonesia.

Program siaran olahraga, khususnya sepak bola yang disajikan dalam bentuk siaran langsung pertandingan maupun siaran tunda hampir ada di semua stasiun televisi di Indonesia, dan menjadi tontonan utama. Hal ini diperkuat data riset AC Nielsen (2015), bahwa segmen penonton olahraga mayoritas laki-laki berusia 20+ tahun ke atas, dari kelas status sosial menengah ke bawah. Mereka ini 43,3% di antaranya adalah penggemar aktivitas olahraga sepakbola; 15,2% menyukai aktivitas lari; dan 12% menggemari badminton. Saat nonton televisi, penonton yang diriset AC Nielsen di 11 kota besar ini memilih sepakbola sebagai tontonan favorit (93,2%), lalu badminton (23,1%), dan balap motor atau mobil (14,4%).

Riset Nielsen tersebut menjawab pertanyaan, bahwa penonton olahraga mayoritas laki-laki. Oleh karena itu, tak heran para produser televisi yang membuat acara olahraga selalu mencari presenter perempuan. Jika Presenter yang membawakan acara berjenis kelamin laki laki, sebuah program diibaratkan sajian sayur tanpa garam, kurang menarik Benarkah?

Beberapa tahun terakhir, di televisi nasional banyak muncul presenter olahraga perempuan. Mulai dari program acara olahraga tinju atau thai boxing, balap motor dan sepakbola. Padahal olahraga itu lebih bersifat maskulin atau laki laki. Namun presenter yang membawakan acaranya mayoritas berjenis kelamin perempuan. Sederet nama presenter berparas cantik mulai dari Auxilia Paramitha, Rey Utami, Kamidia Radisti dan Franda adalah sebagian dari beberapa presenter olahraga yang kerap muncul di televisi seperti ANTV, Trans 7 dan Kompas TV (Bolanet.2012). Hingga Sandra Olga, presenter cantik untuk program siaran Liga 1 Gojek Traveloka di Stasiun Televisi Indosiar. Mereka adalah presenter olahraga di televisi yang berlatar belakang karir awal sebagai Model. Dengan latar belakang tersebut, apakah cukup profesional menempatkan mereka sebagai presenter olahraga? Citra apa yang ingin ditampilkan oleh pemilik media terhadap presenter perempuan itu? Permasalahan ini yang akan peneliti kaji dengan menganalisis hasil penelitian terdahulu yang berkaitan.

Kajian Literatur

Beberapa penelitian terdahulu tentang citra presenter perempuan dalam program siaran olahraga di televisi, diantaranya yaitu:

1. Jurnal. Suzzane Frank, Deirdre O'Neill (2014) dengan judul *Women reporting sport: Still a man's game?* menjelaskan di era 2000 an penyiar olahraga wanita telah meningkatkan visibilitas mereka di Inggris, namun hal yang sama tidak berlaku di media cetak. Hasil penelitian ini menunjukkan situasi mulai membaik dibanding satu dekade sebelumnya, namun proporsi penulis olahraga wanita di pers Inggris lebih rendah daripada di negara-negara yang sebanding, dengan sedikit peningkatan dari waktu ke waktu. Karena dinilai peristiwa dan program acara olahraga masih didominasi kaum laki laki. Penelitian membandingkan sampel 6 bulan sebelum dan sesudah pertandingan pada Olimpiade London 2012.

2. Thesis. M. Supriadi (2017) dengan judul *Citra Presenter Perempuan dalam Program Kabar Arena tvOne (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)*. Penelitian ini menganalisa pesan, tanda, objek dan makna yang tergambar pada citra presenter perempuan di media massa televisi. Hasilnya presenter perempuan di siaran olahraga ditampilkan berparas cantik seksi, elegan, dan modern itu semata-mata untuk memberi daya tarik kepada khalayak penonton.
3. Jurnal, Yuda Wiranata (2019) dalam penelitiannya berjudul *Komodifikasi Tubuh Perempuan Dalam Tayangan Berita Olahraga*, memiliki persamaan dengan tulisan ini, yaitu citra presenter perempuan dalam siaran olahraga di televisi. Perbedaannya, jurnal ini menggunakan teori ekonomi politik media Vincent Mosco, sedangkan tulisan ini menggunakan teori citra diri.

Metodologi

Dalam kajian literatur ini peneliti menggunakan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan hasil penelitian dalam bentuk tesis dan jurnal yang berkaitan dengan teori citra diri. Penelitian berlangsung dari November 2019 hingga Januari 2020.

Dapatan Kajian

Suzanne Frank (2014), dalam penelitiannya berjudul *women reporting sport: Still a man's game?*, menjelaskan bahwa hingga saat ini, penempatan perempuan sebagai jurnalis olahraga di Inggris, masih dalam pembahasan disparity atau kesenjangan gender. Bahkan belum ada studi akademik yang massif tentang menetapkan proporsi jurnalis olahraga perempuan di pers Inggris. Meski era 2000 an hingga Olimpiade London tahun 2012, visibilitas perempuan mulai muncul di televisi Inggris sebagai presenter olahraga. Namun hingga tulisan Frank di publish tahun 2014 lalu, porsi jurnalis perempuan dalam pemberitaan olahraga di media cetak Inggris masih rendah, menunjukkan bahwa Inggris masih “sulit” menerima perempuan ada dibalik pemberitaan olahraga. Karena menurut pandangan masyarakat Inggris, pemberitaan dan program siaran olahraga, khususnya sepakbola, adalah domain laki laki.

Melihat hasil penelitian itu, perlu kajian tentang mengapa media massa televisi di Indonesia terkesan terlalu memaksakan dan terkesan “menjual” dengan menempatkan perempuan sebagai presenter olahraga khususnya sepakbola. Yang sangat maskulin dan sangat laki laki. Padahal media massa di Eropa seperti di Inggris, yang selama ini sangat liberal saja, masih menempatkan perempuan dalam porsi yang sedikit dalam program siaran olahraga di media massa televisi mereka.

Menurut Yuda Wiranata (2019), hampir bisa dipastikan para presenter perempuan yang ditempatkan sebagai presenter olahraga memiliki latar belakang profesi awal sebagai model. Sehingga kemampuan bergaya didepan kamera, wajah yang cantik, kulit yang mulus, serta postur tubuh yang proporsional dan aduhai, selama ini dianggap modal penting yang menjadikan mereka presenter di televisi. Seperti anggapan yang menyebutkan, khususnya pada beberapa tayangan khusus dewasa di media dengan segmentasi penontonnya adalah laki-laki, hanya menjadikan tubuh perempuan sebagai objek fetish, kesenangan yang menimbulkan fantasi bagi laki-laki. Padahal ada faktor utama yang wajib mereka miliki, yaitu pengetahuan yang luas tentang olahraga itu sendiri.

M. Supriadi (2017) melalui kajian semiotic dengan Sign, Objek dan Interpretan juga memberikan makna bahwa sosok presenter olahraga di acara Kabar Arena TV One , berparas cantik seksi, elegan, dan modern, semata-mata untuk memberi daya tarik kepada khalayak, agar penonton terhibur daripada hanya melihat pembacaan naskah lead berita. Selain itu presenter perempuan dalam siaran Kabar Arena tvOne adalah daya tarik untuk meningkatkan rating televisi, yang akan mendatangkan iklan yang cukup besar.

Asumsi yang ada saat ini, media massa televisi dianggap yang mengkonstruksi atau membentuk perempuan berpotensi mempengaruhi pola pikir masyarakat melalui citra diri mereka secara positif di

siaran olahraga. Namun bisa saja muncul citra negatif, jika ternyata sebenarnya perempuan itu dikonstruksi atau dibentuk untuk mengeruk keuntungan bagi kaum bermodal yang mempergunakan media massa sebagai alatnya. (Anita Widyaning Putri: 2009).

Berdasarkan kajian-kajian yang terdahulu, ternyata menempatkan presenter perempuan dalam siaran olahraga di televisi Indonesia, hanya bentuk eksploitasi wajah dan tubuh, sebagai produk kapitalisme, meraup keuntungan bagi pebisnis media. Bukan menampilkan citra pemberi informasi semata. Faktor inilah menjadi citra negatif bagi presenter perempuan dalam tayangan olahraga di televisi.

Penutup

Menurut peneliti, presenter adalah pekerjaan yang dituntut profesionalitasnya, tidak hanya sekedar menampilkan atau di tampilkan dari sisi seksualitas atau bisa dikatakan sisi negatifnya. Meski presenter perempuan yang cantik adalah bagian dari upaya menarik perhatian penonton, namun tampilan elegan tanpa pakaian terbuka, akan jadi lebih baik. Dengan di dukung dengan pengetahuan yang luas mengenai olahraga itu sendiri. Sehingga akan muncul adalah citra diri positif, seorang presenter cerdas, yang handal yang faham akan program olahraga yang di pandunya. Tidak terkesan “memaksakan” berada dalam tayangan yang di dominasi kaum laki laki.

Rujukan

- Anita, W. P. (2009). *Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan*. Diakses dari repository.usu.ac.id pada tgl 30 Mei 2015, pukul 11.50
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- M.Supriadi, 2018. *Citra Presenter Perempuan dalam Program Kabar Arena tvOne (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)*. URL: <http://repositori.uinalauddin.ac.id/id/eprint/7962>. di akses 16 November 2019.
- Suzzane, Frank. Deirdre O'Neill (2014) dengan judul *Women reporting sport : Still a man's game?* <https://doi.org/10.1177/1464884914561573>. Diakses 28 November 2019.
- Yuda Wiranata, (2019). *Komodifikasi Tubuh Perempuan Dalam Tayangan Berita Olahraga*. (<http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRkom/view/6018>). Diakses 17 November 2019. <https://www.bola.net/open-play/14-presenter-olah-raga-cantik-dalam-negeri-bagian-2-9dfac8.html> diakses 08 Januari 2020.