

BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Sepak Bola Dalam Televisi

1. Sepak Bola, Televisi, dan Hiburan

Perkembangan sepak bola dan media menjadikan sepak bola mempunyai ruang khusus pada media massa. Media cetak maupun media elektronik meluangkan cukup banyak ruang beritanya untuk menyajikan sebuah informasi mengenai sepakbola. Tidak hanya bercerita tentang permainan sepak bola saja, namun menceritakan bagaimana perang urat saraf yang dilancarkan oleh pihak klub sebelum pertandingan itu dimainkan. Kemudian, tidak jarang media mengemas sepak bola seperti *infotainment* untuk menelisik lebih dalam kehidupan pribadi dari para pemain sepak bola.

Di era sepak bola modern, sebuah pertandingan tidak hanya muncul sebatas permainan saja, sepak bola juga akan lebih lengkap apabila dapat dinikmati sebagai acara yang memukau dan memesona penggemarnya. Garry Whannel dalam Setiawan (2014:99) menambahkan tentang hal ini sebagai berikut:

“Television has become central of prominence of sport. Major sporting occasion draw enormous television audiences, sometimes over half the population. Television has in turn become a significant source of revenue for a variety of sports. More importantly, television coverage has opened the way to much larger earnings for sport in the form of sponsorship.”

Televisi yang telah merubah pengalaman khalayak dalam menyaksikan sebuah permainan sepak bola. Dahulu, sepak bola hanya disaksikan siapa yang bertanding, siapa yang mencetak gol dan siapa yang menjadi pemenangnya. Namun, di era modern, sepak bola telah berubah menjadi sebuah hiburan yang menampilkan peristiwa di dalam lapangan maupun di luar lapangan. Sepak bola yang menjelma menjadi sebuah mesin pencetak uang yang tidak mengenal tenggat waktu. Artinya, selama sepak bola masih berjalan, pengiklan akan terus berdatangan untuk menginvestasikan uang mereka.

Pada ranah media eletronik, perkembangan jurnalisme olah raga dimulai dari siaran berita olah raga dan siaran langsung pertandingan olah raga yang dilakukan oleh Radio Republik Indonesia. Pendirian stasiun televisi pertama di Indonesia, Televisi Republik Indonesia (TVRI) juga tidak lepas dari konteks olah raga. TVRI dibangun dan didirikan pada masa pemerintahan Presiden Soekarno untuk menyambut penyelenggaraan Asian Games pada dekade 1960-an. Pada perkembangannya, jurnalisme olah raga menjadi menu wajib bagi hampir semua stasiun televisi di Indonesia. Hal ini diindikasikan dari adanya siaran televisi berita olah raga setiap hari maupun mingguan. Jurnalisme olah raga juga menjadi wilayah yang diperebutkan berbagai stasiun televisi untuk dikemas bagi khalayak. Hal ini diindikasikan dengan perebutan hak siar pertandingan olah raga yang terjadi antar stasiun televisi (Junaedi, 2014:33).

Salah satu bentuk nyata romantisnya relasi yang dijalin antara televisi dengan sepak bola adalah adanya hak siar. Dengan membayar hak siar kepada pengelola liga, stasiun televisi dapat menyiarkan dan mendistribusikan tayangan sebuah liga ke seluruh dunia dengan menjual lisensi tayang ke ke stasiun televisi lain di luar negeri. Namun hak siar, bukan semata-mata legalitas tentang penyiaran pertandingan secara langsung. Sejalan dengan itu, Wardhana dalam Bram (2016:2), menjelaskan bahwa stasiun televisi mampu menentukan kapan sebuah pertandingan harus dimainkan dengan pertimbangan *prime time*, juga apakah sebuah turnamen menggunakan sistem gugur, setengah gugur, termasuk juga pengaturan skor yang memungkinkan klub-klub tertentu bisa berhadapan di partai puncak yang menguntungkan bagi stasiun televisi.

Bukan hanya itu, televisi juga melakukan beberapa modifikasi terhadap pertandingan sepak bola itu sendiri. Unsur hiburan disisipkan dalam tayangan pertandingan. Potter dalam Bram (2016:2) menjelaskan kehadiran pandit atau komentator sepakbola adalah salah satu cara televisi menyisipkan formula hiburannya. Seorang komentator pertandingan sepak bola umumnya dituntut untuk memiliki kemampuan bercerita yang baik. Hal ini dapat dilihat sebagai usaha televisi untuk membuat sepak bola semakin menarik, tidak hanya sebagai tayangan, namun juga sebagai bahan diskusi.

Sepak bola yang ditampilkan oleh televisi telah menjadi sebuah hiburan. Di mata televisi, sepak bola bukan hanya sebuah pertandingan belaka.

Namun, sepak bola menjelma menjadi sebuah hiburan yang butuh didramatisasi untuk memainkan emosi khalayak. Hal ini yang menjadikan stasiun televisi berlomba-lomba untuk merekonstruksi pertandingan sepak bola agar dapat menarik minat dari khalayak dalam menyaksikan sepak bola di layar kaca.

2. *Sport News Magazine* Sebagai Alternatif Stasiun Televisi

Sistem jual-beli hak siar pertandingan sepak bola memungkinkan monopoli siar sebuah stasiun televisi atas satu musim sebuah liga. Maka ketika televisi menyadari bahwa tayangan sepak bola adalah lahan yang potensial karena dapat meningkatkan jumlah pemasukan dari sektor iklan, kehadiran *sport news magazine* adalah alternatif ketika hak siar tak dapat terbeli.

Wahyudi (1991: 125) menjelaskan *news magazine* adalah sebuah berita yang terbit berkala. Dalam mengartikan berkala disini harus hati-hati, karena untuk media tercetak dan media elektronik ada perbedaan dalam kurun waktunya. Untuk media massa tercetak, biasanya kurun waktu ini menyangkut masalah hari atau bulanan, tetapi untuk media massa elektronik, pengertian berkala ini menyangkut kurun waktu yang mungkin jam, hari atau bulanan. Kemudian, Wahyudi (1991:125-126) menjelaskan batasan *News Magazine* adalah berita yang bersifat feature dan diperdalam, relatif tidak

terikat pada waktu bangun yang aktualitasnya dapat bertahan sejalan dengan kecenderungan dari kehangatan berita feature tersebut.

News Magazine mempunyai corak konten yang mirip dengan konten jurnalistik televisi, program tersebut memberikan informasi tentang suatu hal kepada khalayaknya. Perbedaannya terdapat pada substansi informasi yang disiarkan. *News Magazine* lebih menggunakan penyampaian informasi yang ringan dan menghibur, dengan pendekatan populer.

B. Sejarah dan Perkembangan PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh (Trans 7).

Trans 7 merupakan bagian dari grup bisnis raksasa di Indonesia, CT Corp, yang didirikan, dimiliki, dan dipimpin oleh Chairul Tanjung. Trans 7 berada di bawah naungan Trans Media, anak perusahaan CT Corp di bidang media. Pada awalnya CT Corp mendirikan usaha ekspor sepatu anak-anak dengan modal 150 juta, yang diperoleh dari Bank Exim. Tahun 1996, CT Corp mengakuisisi Mega Bank dan mengubah namanya menjadi Bank Mega. Kemudian, kelompok ini mengembangkan bisnisnya lewat kompleks pertokoan Bandung Supermall. Dalam kondisi yang tidak terlalu menguntungkan, CT Corp mengambil alih Bank Tugu dan mengganti namanya menjadi Bank Mega Syariah Indonesia (<http://www.ctcorpora.com>, diakses pada tanggal 08 Juni 2017, pada pukul 01.25).

Setelah beberapa tahun kemudian, Bank Mega pelan-pelan mengalami perbaikan. Pada 28 Maret 2001, bank ini berhasil mencatatkan saham perdana

di Bursa Efek Indonesia seharga Rp. 1.125 per lembar. Dua tahun kemudian, Bank Mega menjadi sumber dana terbesar CT Corp dengan kontribusinya sekitar 40 persen.

Gambar 2.1

Logo CT Corp, grup bisnis raksasa di Indonesia yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, media, ritel, hiburan dan gaya hidup, transportasi, properti, otomotif, dan yayasan.



Sumber: id.wikipedia.org

Di bidang media, CT Corp dengan anak perusahaan yang bernama Trans Media berhasil membeli sebagian saham TV7 yang dipegang oleh Kelompok Kompas Gramedia, dan mengubah nama dan identitas perusahaan TV7 menjadi Trans 7. Pada tanggal 4 Agustus 2006, Trans 7 lahir sebagai stasiun televisi swasta yang menyajikan tayangan yang mengutamakan kecerdasan, ketajaman, kehangatan penuh hiburan serta kepribadian bangsa yang membumi.

Trans 7 yang semula bernama TV 7 berdiri dengan izin dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000. Pada tanggal 22 Maret 2000 keberadaan TV 7 telah diumumkan dalam Berita Negara Nomor 8687 sebagai PT.Duta Visual

Nusantara Tivi Tujuh. Dengan dilakukannya *re-launch* pada tanggal 15 Desember 2006, tanggal ini ditetapkan sebagai hari lahirnya Trans 7. Dibawah naungan PT. Trans Corpora yang merupakan bagian dari manajemen Para Group yang saat ini telah berubah nama menjadi CT Corp memfokuskan diri pada bisnis di bidang media, *lifestyle*, dan *entertainment*, Trans 7 diharapkan dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program *in-house productions* yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif. (<http://www.trans7.co.id>, diakses pada tanggal 07 Juni 2017, pada pukul 23.59).

1. Visi dan Misi Trans 7

a. Visi Trans 7

Dalam jangka panjang, Trans7 menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan di ASEAN.

b. Misi Trans 7

Demi mencapai tujuan yang tergambar dalam visinya, Trans 7 kemudian menyusun nilai yang tentunya dilakukan dengan profesionalitas. Adapun misi dari Trans7 adalah sebagai berikut:

- Trans7 menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

- Trans7 berkomitmen untuk menjaga keutuhan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan memperbaharui kualitas tayangan bermoral yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja.
- Trans7 juga berkomitmen selalu memberikan yang terbaik bagi *stakeholders* dengan menayangkan program berkualitas dan mempertahankan moral serta budaya kerja yang dapat diterima *stakeholders*.

2. Identitas dan Brand Trans 7

Trans 7, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, merupakan salah satu stasiun televisi swasta terbesar yang ada di Indonesia. Trans 7 menjadi salah satu media terdepan di Indonesia yang konsisten menghadirkan karya penuh inovasi dan menjadi trendsetter untuk Indonesia lebih baik.

Gambar 2.2
Logo Trans 7 yang terlihat modern dan tegas



Sumber: id.wikipedia.org

Trans 7 menggunakan logo dalam bentuk perpaduan tipografi dan gambar berupa ikon. T, R, N, S dan 7 merupakan unsur tipografi dalam logo di atas. Sedangkan, gambar berupa ikon yang

digunakan adalah *diamond A* dengan perpaduan beberapa warna. Setiap warna dalam *diamond A* merepresentasikan nilai-nilai filosofi yang menggambarkan ideologi dari Trans 7 itu sendiri. Berikut nilai filosofi dari warna yang terdapat pada logo Trans 7:

a. Warna Kuning

Warna kuning sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia.

b. Warna Hijau

Warna hijau menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa.

c. Warna Biru

Warna biru melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi.

d. Warna Ungu

Warna ungu, menggambarkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa.

(Sumber: <http://www.trans7.co.id>, diakses pada tanggal 08 Juni 2017, pada pukul 02.48)

Perpaduan empat warna dominan yang mengandung nilai filosofi didalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya di dalam berlian berbentuk A. Sehingga bisa dipahami makna dari logo Trans 7 ini menjadi tanda yang menyuarakan sebuah semangat dan perjuangan untuk mencapai keunggulan yang tiada banding mulai dari sekarang hingga masa mendatang

C. Galeri Sepakbola Indonesia, Program Olahraga Milik Trans 7

Dengan tidak mendapatkannya ijin hak siar dari pengelola kompetisi Liga 1 menjadikan beberapa stasiun televisi nasional selain TV One berusaha untuk tetap menjaga kuantitas penonton layar kaca dengan membuat sebuah program mengenai perkembangan sepak bola tanah air. Salah satunya adalah dengan membuat *sport news magazine* yang terbit berkala setiap minggu baik tayang 1 (satu) kali dalam seminggu maupun 2 (dua) kali dalam seminggu.

Ada berbagai program televisi yang mengemas sepak bola dengan pendekatan genre *sport news magazine* di Indonesia. Salah satunya adalah *Galeri Sepakbola Indonesia* (GSI) yang disiarkan di Trans 7. Program ini tayang setiap hari Minggu dengan durasi tayang 30 menit pada pukul 13.30.

Galeri Sepakbola Indonesia pada awal kemunculannya sekitar tahun 2005 yang bersamaan dengan *Copa Dji Sam Soe* adalah sebuah segmen khusus tentang sepak bola nasional dalam program *sport news magazine*

tertua di Indonesia, *One Stop Football* yang telah mengudara di pertelevisian Indonesia sejak tahun 2003. Namun pada tahun 2006, *Galeri Sepakbola Indonesia* menjadi program mandiri karena respon positif dari penikmat layar kaca (Hasbi, 2014 dalam Artikel “Jejak Sepak Bola dalam Media: pindai.org diakses tanggal 5 Mei 2017 pukul 23:14 WIB).

Gambar 2.3
Logo dari *sport news magazine* milik Trans 7
Galeri Sepakbola Indonesia



Sumber: <http://www.facebook.com/GaleriSepakbola7>

Galeri Sepakbola Indonesia atau GSI menyajikan informasi seputar tim nasional Indonesia, klub-klub di Indonesia, serta kabar-kabar daerah mengenai perkembangan persepakbolaan tanah air. Dalam menyajikannya, GSI mengemasnya secara informatif dan atraktif dengan tujuan untuk memberikan sebuah hiburan bagi khalayak.

Dalam setiap penayangannya, GSI membagi berita dalam 3 segmen. Biasanya, untuk segmen 1 memuat 1 (satu) atau 2 (dua) berita utama yang dijadikan sebagai pembuka program acara. Dalam segmen 1, berita yang

ditayangkan biasanya memiliki daya tarik agar khalayak mempunyai keinginan untuk duduk lebih lama menonton *Galeri Sepakbola Indonesia*. Dengan memerhatikan hal tersebut, pemberitaan mengenai sepak bola di Indonesia menjadi lebih beragam dan terkadang unsur *infotainment* disisipkan untuk menambah kesan dramatis dengan harapan agar dapat memainkan emosi dari khalayak.

Gambar 2.4
Cuplikan Tayangan Galeri Sepakbola Indonesia
Edisi 8 Januari 2017, Segmen 1.



Kemudian, dalam segmen 2, GSI biasanya menayangkan beberapa berita sekaligus. Biasanya, di segmen 2, berita yang ditayangkan lebih dari 3 berita dengan menambah sub-segmen. Pembahasan mendalam terhadap suatu peristiwa sepak bola nusantara menjadi identitas GSI dalam segmen 2 ini. Jika suatu peristiwa dianggap penting untuk diperdalam, terkadang GSI menayangkan satu peristiwa sepak bola tanah air di keseleruhan durasi di segmen 2. Berikut adalah contoh tayangan GSI di segmen 2 yang ditayangkan pada tanggal 15 Januari 2017.

Gambar 2.5
Cuplikan Tayangan Galeri Sepakbola Indonesia
Edisi 15 Januari 2017, segmen 2



Bagian penutup dari keseluruhan tayangan *Galeri Sepakbola Indonesia* terdapat di segmen 3. Di segmen ini, *host* menutup tayangan dengan memberikan *closing statement* yang berisi tentang kesimpulan dari segmen 1 atau segmen 2. Apabila tayangan GSI ini menayangkan profil seorang pemain, di akhir segmen pemain dan juga *host* selalu menutup acara secara bersama-sama dan mengingatkan khalayak untuk selalu menonton acara *Galeri Sepakbola Indonesia*.

Gambar 2.6
Cuplikan Tayangan Galeri Sepakbola Indonesia
Edisi 29 Januari 2017, segmen 3.



Bergulirnya kompetisi level nasional setelah pencabutan SK Menpora pada tahun 2015 menjadikan GSI lebih memfokuskan pemberitaan mengenai persiapan klub-klub Indonesia dalam menghadapi kompetisi. 14 April 2017, bergulirnya kompetisi resmi yang diakui oleh induk persepakbolaan dunia, FIFA. Kompetisi ini bernama Gojek-Traveloka Liga 1 yang dikelola oleh Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia.

Sport news magazine milik Trans 7 ini, berhasil menjadi alternatif siaran bagi khalayak dalam menikmati sepak bola baik itu kabar dari dalam lapangan maupun dari luar lapangan. Hal ini yang membuat GSI yang sampai sekarang bertahan menjadi salah satu program acara televisi yang menjadi tontonan bagi penikmat layar kaca.