

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Asian Games atau pesta olah raga se-Asia adalah ajang perlombaan dalam bidang olah raga yang di ikuti hampir seluruh negara di benua Asia yang dilakasakan empat tahun sekali. Asian games pertamakali dilaksanakan di Delhi India pada tahun 1951 (Anonym, AsianGames2018.id). Pada tahun 1962 Asian Games dilaksakan di Indonesia dan kembali lagi pada tahun 2018 yang dilaksanakan mulai dari dari bulan agustus-september. Dalam video opening ceremony asian games 2018 Jakarta-Palembang dan disiarkan oleh beberapa stasiun tv nasional, internasional, dan media online.

Video opening ceremony asian games 2018 menampilkan tokoh nasional presiden Joko Widodo sebagai presiden yang mampu mengendarai sepeda motor dengan handal yang diperankan oleh pemeran pengganti (stunt man) dengan beberapa adegan yang diperankan oleh Presiden Joko Widodo sendiri yang memiliki pesan sosial. Video tersebut memiliki tujuan yang jelas dan disadari oleh pengelola media yaitu untuk menarik khalayak.

Presiden dan semua bentuk penggambaran yang memiliki unsur maskulinitas akan selalu membangkitkan rasa ingin tahu khalayak dan juga dapat membangkitkan loyalitas untuk presiden pada khalayak tertentu. Salah satu isu utama dalam studi penonton menyangkut hubungan antara produser, teks, dan penonton. Dalam banyak persamaan ini adalah tentang keseimbangan kekuatan yakni menilai sejauh mana khalayak dipengaruhi dan terpengaruh oleh teks media.

Video opening ceremony asian games menampilkan maskulin presiden Jokowi Widodo ditujukan agar penonton yang menyaksikan tayangan tersebut semakin menarik simpati, terutama pada masyarakat Indonesia sendiri. Hal ini tidak terlepas dari adanya komodifikasi dari pihak-pihak tertentu yang memiliki kepentingan untuk memperoleh keuntungan secara ekonomi atau politik.

Video opening ceremony Asian Games masih menarik untuk menjadi bahan perbincangan baik di internet maupun kehidupan sehari-hari. Apa yang dikomentari biasanya seputar konsep menarik dan politik, bagaimana video opening ceremony asian games mengubah seorang presiden menjadi pengendara sepeda motor yang handal dan bijaksana.

Media adalah sarana mendapatkan informasi terbaru dan tercepat dalam kehidupan manusia. Baik media cetak maupun elektronik, keduanya memiliki peranan besar dalam kehidupan manusia. Keefektifan media dalam menyampaikan pesan dalam bentuk berita,

membuat media massa dianggap mempunyai kekuatan untuk persepsi atau pandangan khalayak terhadap suatu persepsi yang sebelumnya dianggap benar menjadi negatif. Begitu pula sebaliknya persepsi yang sebelumnya dianggap salah oleh khalayak dapat berubah menjadi positif setelah media turun tangan dalam mengubah persepsi khalayak tersebut.

Kondisi ini menyebabkan media memiliki kemampuan yang kuat dalam membentuk citra sesuatu pada masyarakat. Citra sendiri diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang suatu yang muncul sebagai dari pengetahuan dan pengalamannya (Jefkins, 2004:123). Sebagaimana dikatakan oleh Jalaludin Rakhmat, citra tentang suatu objek dipengaruhi oleh media massa sehingga mampu menunjukkan realitas yang dikehendaki oleh media tersebut.

Kebutuhan masyarakat modern dalam menggunakan internet semakin tinggi yang pada awalnya hanya sebagai kebutuhan sekunder, kini menjadi kebutuhan primer yang selalu dibutuhkan untuk berbagai kepentingan. Internet lahir karena kebutuhan manusia terhadap informasi dan komunikasi. Internet dianggap paling mudah untuk menyampaikan informasi sehingga paling mampu mempengaruhi khalayaknya.

Media yang terbuka, didukung dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin maju, serta pengemasan isi pesan mempermudah para aktor politik untuk mendiferensiasikan diri dari persaingan politik yang ada (McNair, 2010:13). Ditambah dengan kemampuan informasi politik yang tidak terbatas pembentukan image (citra) politik semakin mudah karena untuk kepentingan aktifitas politik yang dilakukan oleh penggiat politik dilakukan termasuk diantaranya adalah branding kandidat/partai politik sebagai hasil dari proses komunikasi politik kontemporer. Political branding adalah penggunaan cara strategis consumer branding untuk membangun citra politik. Dimana salah satu contoh dari branding dalam komunikasi politik kontemporer adalah yang dilakukan oleh Barrack Obama dalam pemilu presidensial Amerika Serikat 2007 lalu sehingga Obama dapat dengan mudah memenangkan pilpres tersebut hal ini merupakan keberhasilan Obama dalam menggunakan strateginya dengan cara membranding dirinya dengan menggunakan komunikasi politik kontemporer. Hal serupa terjadi dalam dunia komunikasi politik Indonesia. Pasca reformasi dimana demokratisasi sudah menjadi hal yang seharusnya ada, Joko Widodo yang ditahun 2014 lalu berhasil menang dalam Pilpres.

Strategi kampanye berbeda yang dilakukan Jokowi tidak hanya pada model *face to face communication* atau komunikasi tatap muka yang dilakukan, tapi juga penggunaan media kampanye yang dipilih. Media Sosial mempunyai peranan untuk Jokowi berkomunikasi dengan publiknya selama masa kampanye berlangsung untuk menyampaikan pesan-pesan politis. Dikutip dari News.detik.com, PoliticalWave sebuah lembaga pemantau aktivitas media sosial, melakukan survei terkait elektabilitas capres dan cawapres 2014. Survei dilakukan pada

periode 8/6/2014- 5/7/2014. Selama periode itu ada 5.977.879 percakapan dan 1.592.323 netizen yang melakukan percakapan terkait kedua pasangan Capres dan Cawapres. Dari perbandingan jumlah percakapan Share of Awareness, Periode ini menunjukkan keunggulan pasangan Jokowi-Jk sebesar 60,5% dibandingkan pasangan Prabowo-Hatta sebesar 39,5 % (erd/nrl Detik News.com).

Penonton tidak membutuhkan kemampuan melek huruf, oleh karenanya penonton dituntut untuk memiliki kemampuan melek media, memastikan agar menonton bukan hanya kegiatan konsumsi tapi juga kegiatan produksi makna akan konten media sehingga penonton memiliki kemampuan memaknai suatu hal yang diproduksi oleh media dengan baik tanpa bisa dipengaruhi oleh media yang memiliki kepentingan sepihak yang memiliki aura negatif atau dampak negatif kepada khalayak. Analisis resepsi dalam kajian budaya menampilkan perspektif khalayak aktif, memandang bahwa penonton merupakan produsen makna yang aktif. Dengan demikian analisis persepsi menentang perspektif efek terbatas dan memperkenalkan perspektif khalayak aktif, menganalisis kemampuan pemirsa sebagai produsen makna ketimbang hanya sebagai penonton pasif.

Perspektif khalayak pasif memandang kegiatan menonton sebagai sesuatu yang pasif terhadap pesan dan makna yang ditampilkan, serta memandang bahwa pesan yang ditampilkan secara gampang diterima oleh penonton. Selain itu juga memahami tindakan menonton dalam kerangka behaviour atau perilaku, memandang bahwa penonton punya pengaruh tertentu pada pemirsa. Dalam perspektif ini penonton dipandang lemah. Kemampuan penonton sebagai konsumen dibatasi pada pilihan membeli atau tidak membeli, menonton atau tidak menonton. Pada kenyataannya penonton memiliki kemampuan kognitif dalam memaknai setiap teks yang dikonsumsi melalui kegiatan menonton. Kajian resepsi atau penerimaan khalayak menekankan pada analisis kemampuan pemirsa aktif bahwa penonton tidak hanya mengkonsumsi, tapi juga memproduksi.

Resepsi merupakan salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengetahui resepsi atau penerimaan khalayak dengan melakukan *decoding* terhadap tayangan video opening ceremony Presiden Joko Widodo. Dalam penelitian ini, subjek penelitian diberi *treatment* atau perlakuan berupa tontonan video opening ceremony Asian Games Presiden Joko Widodo. Selanjutnya, Subjek penelitian mendiskusikan hasil tontonan dan memberikan interpretasi mereka masing-masing, kemudian menganalisisnya dan menempatkan penonton kedalam tiga penafsiran: hegemoni-dominan, negoisasi, atau oposisi. Video opening ceremony Asian Games pada dasarnya dapat diujikan kepada kalangan akademisi ataupun non akademisi. Video opening ceremony Asian Games Joko Widodo nantinya diharapkan akan membuka wawasan

penonton sebgai kecil (mengenai isu sosial dan politik) dari gambaran sosok Joko Widodo. Sesungguhnya, sekalipun penonton bukan bagian dari isu. Besar harapan peneliti agar Khalayak bisa mengambil nilai-nilai sosial dan politis dalam video.

Penelitian ini, subjek penelitian diberi *treatment* atau perlakuan berupa tontonan video opening ceremony Asian Games Presiden Joko Widodo. Selanjutnya, Subjek penelitian mendiskusikan hasil tontonan dan memberikan persepsi mereka masing-masing, kemudian menganalisisnya dan menempatkan penonton kedalam tiga penafsiran: hegemoni-dominan, negosiasi, atau oposisi. Video opening ceremony Asian Games pada dasarnya dapat diujikan kepada kalangan akademisi ataupun non akademisi. Persepsi masyarakat terhadap Joko Widodo pada opening ceremony Asian Games versi Youtube nantinya diharapkan akan membuka wawasan penonton sebgai kecil (mengenai isu sosial dan politik) dari gambaran Joko Widodo. Sesungguhnya, sekalipun penonton bukan bagian dari isu. Besar harapan peneliti agar Khalayak bisa mengambil nilai-nilai sosial dan politis dalam video.

Berdasarkan hal-hal yang dipaparkan diatas oleh peneliti, peneliti memilih Reception Analysis terhadap Joko Widodo pada tayangan video opening ceremony Asian games 2018 versi Youtube pada relawan politik di Kota Surabaya dalam sebuah skripsi yang berjudul Reception Analysis terhadap Joko Widodo dalam tayangan video opening ceremony Asian games 2018 versi Youtube pada relawan politik di Kota Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana Reception Analysis terhadap Joko Widodo dalam tayangan video opening ceremony Asian games 2018 versi Youtube pada relawan politik di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, maka penelitian yang ingin dicapai adalah:

Mengetahui Reception Analysis terhadap Joko Widodo dalam tayangan video opening ceremony Asian games 2018 versi Youtube pada relawan politik di Kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menyediakan praktik dari kajian budaya mengenai dominasi yang dilakukan oleh media massa terhadap khalayak. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan hubungan antara teori kajian budaya dengan realitas yang terjadi, serta dapat mengevaluasi hasil dari keduanya.

2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian mendatang dengan desain penelitian yang serupa maupun desain penelitian yang berbeda. Penelitian ini juga diharapkan agar dapat membuka wawasan mahasiswa dan masyarakat umum dalam mengonsumsi media.