

INTERVENSI MEDIA MASSA DALAM OLAHRAGA: SEBUAH TINJAUAN MULTIDIMENSI

Oleh:

Yustinus Sukarmin

Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta

E-mail: yustinussukarmin@yahoo.com

Abstrak. Intervensi media massa, baik cetak maupun elektronik, terhadap kegiatan olahraga telah berlangsung lama. Di Indonesia hal itu baru terjadi sekitar tahun 1920-an. Penekanan sasaran dari sejumlah media pun sangat beragam, seperti masalah infrastruktur dan sarana olahraga, ada juga yang sasarannya mengarah kepada para *stakeholder* yang meliputi, antara lain atlet, pelatih, pembina, pengurus, dan pemerintah. Tujuan yang ingin dicapai pun berbeda-beda, sifatnya sangat subjektif dan disesuaikan dengan kepentingan masing-masing. Tidak semuanya dikemas secara kasat mata tetapi ada juga yang dibungkus sedemikian rupa sehingga hampir tidak tampak keinginan yang sesungguhnya, alias terselubung. Hubungan antara media massa dan olahraga bersifat resiprokal, keduanya saling berpengaruh dan saling bergantung atas kesuksesan komersial dan popularitas masing-masing. Dampak yang ditimbulkan oleh hubungan ini dapat bersifat positif (konstruktif) dan negatif (destruktif). Untuk menghindari dampak negatif dari intervensi media massa terhadap olahraga, insan pers dituntut untuk senantiasa menjunjung tinggi kode etik jurnalistik dan selalu mengedepankan moralitas kemanusiaan.

Kata Kunci: intervensi, media massa, olahraga

PENDAHULUAN

Piala Dunia sebuah perhelatan cabang olahraga terbesar di dunia tidak pernah luput dari incaran media massa. Tiga puluh empat tahun yang lalu, tepatnya dalam perhelatan Piala Dunia 1974 di Jerman Barat (sekarang Jerman), intervensi media terhadap olahraga telah terjadi. Menjelang pertandingan babak final antara tuan rumah Jerman dan Belanda, tabloid Jerman, *Bild*, menurunkan berita tentang perselingkuhan Johan Cruyff dengan gadis-gadis cantik di sebuah hotel tempat timnas Belanda menginap. Isi berita sengaja dibuat sumbang bagi kubu Belanda, karena ini sejatinya merupakan bagian dari strategi Jerman untuk memenangkan pertandingan puncak. Strategi tersebut benar-benar manjur, karena

dengan pemberitaan tersebut konsentrasi pemain Belanda, khususnya Cruyff, menjadi buyar, sehingga akhirnya Belanda menyerah 1-2 pada Jerman.

Pada Piala Dunia 2010 di Afrika Selatan, media juga menjadi bagian yang memanasakan persaingan antartim peserta lewat perang opini atau berita antara media Inggris dan Spanyol. Pemicunya adalah kehadiran reporter televisi Spanyol, *Telesicinco*, Sara Carbonero, yang melaporkan dari belakang gawang Spanyol menjelang laga melawan Swiss di Stadion Moses Mabhida, Durban. Carbonero diketahui media sebagai kekasih kiper Spanyol, Iker Casillas. Spanyol yang difavoritkan secara mengejutkan kalah 0-1 dari Swiss. Kekalahan tersebut langsung direspons oleh media Inggris, koran terkemuka, *The Times*, yang memberitakan bahwa pemicu kekalahan Spanyol adalah Carbonero yang meliput pertandingan dari pinggir lapangan.

Pemberitaan *The Times* itu sangat menyinggung publik sepak bola Spanyol. Mereka berpendapat bahwa berita semacam itu dapat memperkeruh suasana yang pada gilirannya akan mengganggu konsentrasi para pemain Spanyol. Oleh sebab itu, harian Spanyol, *AS*, merespons balik berita *The Times* melalui gambar kartun. Dalam kartun yang sengaja ditujukan pada *The Times* itu, kiper Iker Casillas digambarkan sedang mengacungkan jari tengah tangan kirinya. Lewat kartun itu, *AS* seolah ingin menyampaikan pesan agar *The Times* tidak perlu mencampuri urusan timnas Spanyol. Lebih baik koran Inggris mengurus timnas mereka sendiri yang penampilannya juga buruk dan mengecewakan ketika ditahan oleh kesebelasan Amerika Serikat 1-1 (Hadi, 2010: 1-2).

Kehadiran media cetak dan elektronik serta penayangan seketika dalam jangkauan luas mendunia, seperti Olimpiade, Piala Dunia, dan kejuaraan lainnya yang bertaraf internasional merupakan sebuah fenomena yang membangkitkan citra baru dalam olahraga. Media internasional dan nasional mengemas pemberitaan melalui kerja sama dengan surat kabar, televisi, dan radio untuk memenuhi kehausan para pendengar dan pemirsa. Eitzen & Sage (1986) yang disitir oleh Mutohir (2003: 99) mengatakan bahwa untuk memenuhi tuntutan tersebut lebih dari separuh program siaran televisi dialokasikan untuk olahraga.

Dengan demikian, dunia olahraga menuai dampak, baik yang menguntungkan maupun yang merugikan, karena disiarkan dan diberitakan oleh media massa, misalnya olahraga menjadi populer, atau olahraga mengalami perubahan peraturan yang tidak perlu. Aspek kehidupan lain pun tidak luput dari imbas intervensi media massa terhadap olahraga. Di sinilah letak permasalahan menarik yang akan dibahas pada kesempatan ini. Oleh sebab itu, pembahasan tidak hanya menyoroti dampak intervensi media massa terhadap olahraga, tetapi termasuk juga efek sampingnya bagi aspek yang lain, seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

SEJARAH PEMBERITAAN OLAHRAGA OLEH MEDIA MASSA

Menurut Suherman (1998: 71) olahraga lebih dahulu dikenal oleh manusia dibandingkan dengan media massa. Menurut sejarah, bangsa Yunani dan Romawi sangat menggemari olahraga, dan dari sanalah awal perkembangan olahraga sampai kemudian menyebar dan berkembang ke seluruh dunia. Media massa berkembang kemudian, seiring perkembangan peradaban dan peningkatan kebutuhan manusia untuk saling berkomunikasi mengatasi batas ruang dan waktu. Sekarang, media massa sudah berkembang jenisnya dan menyebar penggunaannya di seluruh dunia. Manusia memetik buah manis dari hasil daya kreasinya, karena keduanya sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia penemunya.

Pada perkembangan selanjutnya, keduanya sangat melekat dengan kehidupan manusia, sehingga keduanya tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Manusia memiliki ketergantungan yang tinggi kepada keduanya, tanpa kehadiran keduanya manusia akan kehilangan salah satu penggerak denyut nadi kehidupan. Keduanya memiliki posisi yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Oleh karenanya, pertautan media massa dengan olahraga tidak pernah lepas dari amatan manusia, terutama para pakar sosiologi olahraga.

Hubungan media massa dengan olahraga memiliki sejarah yang panjang. Bennet, dkk (1983: 237-240) melaporkan bahwa media cetak seperti surat kabar telah melaporkan kegiatan olahraga di Inggris dan Amerika Serikat, sejak 150 tahun yang lalu. Sage (1990: 115-117) menambahkan bahwa media elektronik, seperti radio, mulai melaporkan dan menyiarkan kegiatan olahraga pada awal

tahun 1920-an. Pada awal tahun 1950-an, televisi mulai bertautan dengan berbagai peristiwa olahraga.

Di Indonesia, rekam-merekam jejak olahraga baru dimulai pada awal abad ke-20, yaitu pada era pergerakan nasional (Raditya, 2009: 25). Pada waktu itu, olahraga memang bukan menjadi tema besar, bahkan belum ada surat kabar yang khusus memberitakan olahraga. Kepala berita terpopuler masih dikuasai masalah-masalah pemerintahan dan perdagangan, sementara liputan olahraga masih sebatas pelengkap, yakni berisi hasil-hasil pertandingan atau perlombaan olahraga, seperti sepak bola, berkuda, atau ulasan singkat tentang kesehatan.

Beberapa koran yang terbit pada masa itu, antara lain *Pembrita Betawi* merupakan satu dari sedikit koran yang memelopori pemberitaan khusus untuk berita olahraga, kendatipun masih berupa kolom kecil dengan nama rubrik “Sepakraga”. *Bintang Batavia* merupakan surat kabar yang terbit kemudian dan mengikuti jejak pendahulunya dengan memberitakan hasil perlombaan olahraga berkuda. Setelah itu lahir *Pantjaran Warta* yang melakukan terobosan besar dengan menyisipkan suplemen olahraga dan seminggu sekali melalui rubrik olahraga “Kabar Sport” menyediakan empat halaman khusus liputan olahraga. Koran dan mingguan yang terbit menyusul, antara lain *Djawa Tengah*, *Sport* (mingguan), *Pemandangan*, dan *Noesantara* juga ikut menyisipkan olahraga secara berkala atau rutin dalam setiap edisinya.

Ketika Jepang berkuasa di Indonesia, hampir semua surat kabar yang terbit pada waktu itu langsung diberedel tanpa ampun. Koran yang diperbolehkan terbit pada waktu itu adalah koran yang mendukung pemerintahan fasis Jepang, seperti *Asia Raya*, *Tjahaja*, *Soeara Asia*, *Sinar Matahari*, *Sinar Baroe*, *Pembangoen*, *Kung Yung Pao*, *Kanpo*, *Djawa Baroe*, dan *Keboedajaan*. Sebelum Jepang datang, telah terbit mingguan pertama yang khusus mengulas berita olahraga, yaitu majalah *Olahraga*. Seluruh halamannya disediakan untuk mengupas olahraga dalam negeri, kecuali dua halaman untuk olahraga mancanegara dalam rubrik “Gelanggan Luar Negeri”.

Pada awal kemerdekaan, terbitlah beberapa surat kabar, seperti *Kedaulatan Rakjat*, *Merah Putih*, *Berita Indonesia*, *Gelombang Zaman*, dan *Pikiran Rakjat*.

Pada pemerintahan Soekarno surat kabar menjadi kendaraan politik pemerintah dan olahraga menjadi senjata pembakar semangat untuk melawan kapitalisme dan imperialisme (Raditya, 2010: 29). Ketika Soeharto berkuasa, fokus pemberitaan surat kabar bergeser dari masalah politik ke masalah ekonomi dan pembangunan, sedangkan porsi untuk pemberitaan olahraga tetap. Surat kabar yang terbit pada saat itu *Merdeka*, *Kompas*, dan *Sinar Harapan* menyediakan satu halaman penuh khusus untuk liputan olahraga.

Pada dekade 1980-an terbit media khusus olahraga dalam bentuk tabloid, di antaranya *Sportif*, *Olympic*, *Bola*, *Go*, *Tribun Olahraga*, dan *Hai-Soccer*. Sejati-nya masih ada lagi, *TopSkor*, yang kemudian menjadi harian olahraga pertama dan utama di Indonesia. Kiprah media cetak bergulat dengan olahraga ternyata membuat media elektronik, dalam hal ini televisi, tertarik untuk melibatkan diri dengan aktivitas olahraga. TVRI dan beberapa TV swasta, seperti RCTI, dan SCTV bersaing ketat untuk mendapatkan hak siar *event* olahraga besar dunia: Olimpiade, Piala Dunia, Piala Eropa, dan *event* olahraga lainnya. Untuk siaran Olimpiade, hingga kini hak siar masih dipegang TVRI, sedangkan untuk perhelatan besar sepak bola dunia, yakni Piala Dunia dan Piala Eropa beberapa televisi swasta berbagi porsi dalam tender penyiarannya. Dalam Piala Dunia 2010 di Afrika Selatan, RCTI dan Global TV memegang hak siar seluruh pertandingan, sedangkan dalam Piala Dunia 2006 di Jerman, SCTV menjadi satu-satunya pemegang hak siar seluruh pertandingan.

Pemberitaan dan penyiaran olahraga oleh media massa, baik cetak maupun elektronik terus berkembang hingga sekarang. Tampaknya, sejak itu, pemberitaan dan penyiaran olahraga telah menjadi ajang bisnis yang menggiurkan, terutama di negara-negara maju, karena bertumpuk-tumpuk uang ada di sana. Situasi dan kondisi media massa seperti itu akan banyak memengaruhi kelangsungan hidup dunia olahraga. Lucas dan Real yang dilansir oleh Mutohir (2003: 99) memaparkan fenomena yang kian kompleks tentang kaitan kegiatan olahraga dengan media termasuk organisasi promosi/*marketing* yang menunjukkan pertumbuhan ke arah saling bergantung dalam sebuah konfigurasi mendunia yang dia sebut *media/sport production complex*.

INTERVENSI MEDIA MASSA DALAM OLAHRAGA

Suherman (1998: 73) menyatakan media massa dan olahraga memperoleh keuntungan dan kerugian dari hubungan yang terjadi antarkeduanya. Media massa diterima secara luas oleh pelanggannya, karena ia memberitakan acara-acara olahraga. Olahraga memunyai pendukung dan penonton yang fanatik, karena ia diberitakan oleh media massa. Walaupun demikian, kadang-kadang olahraga harus menanggung suatu masalah yang timbul karena pemberitaan media massa. Dengan kata lain, seperti dikatakan oleh Coakley (1994: 334-335), bahwa terdapat hubungan resiprokal antara media massa dan olahraga, keduanya saling berpengaruh terhadap yang lainnya, dan keduanya saling bergantung atas kesuksesan komersial dan popularitas yang diraihnya.

Dalam perkembangan selanjutnya, olahraga sangat sering menjadi objek pemberitaan media massa. Media massa menjadi pihak yang aktif dan banyak mendapatkan keuntungan dari hubungan yang sedang berlangsung, sedangkan olahraga, tampaknya, menjadi pihak yang pasif. Dengan demikian, wajar apabila ada pendapat yang menyatakan bahwa keberadaan olahraga mendapatkan banyak pengaruh dari pemberitaan dan penayangan media massa. Secara umum, dampak intervensi media massa terhadap olahraga bisa dikategorikan menjadi tiga, yaitu: netral, menguntungkan, dan merugikan (Suherman, 1998: 73-77).

1. Media Massa Bersifat Netral terhadap Olahraga

Beberapa pakar berpendapat bahwa media massa tidak memengaruhi perkembangan olahraga. Chandler dikutip oleh Wise (1994: 461-462) menyatakan bahwa televisi tidak memengaruhi olahraga, penayangan siaran olahraga hanya merefleksikan nilai-nilai yang telah ada dalam masyarakat: “apabila kita tidak menyukai apa yang dilihat, kita jangan menilai medianya, tetapi nilailah diri sendiri.” Whanel (1983: 111-113) menambahkan bahwa media massa menyiarkan kegiatan olahraga dengan keterampilan profesional yang tinggi, tetapi tidak mendiskusikannya secara serius, sebab siaran terbatas oleh tujuan komersialnya.

Keberadaan olahraga tidak bergantung kepada media massa, tetapi keberhasilan olahraga sebagai hiburan komersial jelas bergantung kepada media massa. Olahraga tidak dibentuk oleh media massa secara umum, atau oleh televisi secara khusus (Coakley, 1994: 350-352). Olahraga dapat bertumbuh dan berkembang oleh kekuatannya sendiri berupa kepopulerannya, karenanya dukungan media massa terlalu memikirkan pencapaian tujuan komersialnya sendiri dengan mengabaikan pengaruh siarannya terhadap olahraga. Dengan demikian, dampak siaran media massa terhadap olahraga sepenuhnya sangat bergantung kepada olahraga sendiri. Olahraga harus pintar-pintar memanfaatkan keberadaan media massa tanpa terpengaruh secara negatif oleh kehadiran media massa. Meskipun demikian, akan lebih baik, apabila olahraga mengambil keuntungan dari kehadiran media massa.

2. Media Massa Memberikan Keuntungan kepada Olahraga

Telah dikemukakan di atas bahwa olahraga perlu memanfaatkan kehadiran media massa untuk mengembangkan dunia olahraga itu sendiri, sehingga olahraga memperoleh dampak positif dari kehadiran media massa. UNESCO dikutip oleh Bennett, dkk (1983: 241-243) mengusulkan agar media massa mengambil peran dalam meningkatkan pemahaman internasional terhadap nilai-nilai olahraga yang, tentu saja, jauh melebihi realitas dunia olahraga yang ada. Media massa juga mampu memberikan makna politik olahraga secara internasional.

Bennett, dkk (1983: 237-238) menambahkan bahwa media massa harus dimanfaatkan untuk mengampanyekan program nasional yang berupa kegiatan massal. Misalnya, pada tahun 1983, Indonesia mencanangkan Hari Olahraga Nasional (Haornas) melalui Panji Olahraga, yaitu “memasyarakatkan olahraga dan mengolahragakan masyarakat”. Seluruh media massa yang ada, baik cetak maupun elektronik secara periodik mengumandangkan slogan tersebut disertai dengan gambar atau tayangan aktivitas olahraga yang dilakukan oleh berbagai lapisan masyarakat, dari rakyat biasa sampai para pejabat. Di sudut-sudut jalan terpampang baliho raksasa yang melukiskan mantan Presiden Soeharto dan Ibu

Tien beserta para pembantunya sedang berolahraga. Dengan begitu, program olahraga massal akan memperoleh hasil yang memuaskan apabila didukung promosi dan penyebaran informasi oleh media massa. Menurut Laker (2002) secara historis media itu mendukung *status quo* dan menentang perubahan. Media massa merupakan organisasi untuk mempromosikan ideologi yang kuat dan efektif, sedangkan olahraga menjadi arena untuk kemajuan dan perkembangan sosial dan politik.

Media massa memainkan peran yang sangat penting dalam melahirkan pahlawan-pahlawan olahraga pada abad ke-20. Banyak bintang olahraga yang mendunia karena dibesarkan oleh media massa. Bintang-bintang olahraga menjadi lebih terkenal dibandingkan dengan tokoh-tokoh politik. Kondisi ini tidak terlepas dari andil media massa dalam menyiarkan dan menayangkan peristiwa atau kegiatan olahraga. Banyak bintang besar olahraga yang lahir dan dibesarkan oleh media massa. Siapa yang sudah mengenal nama Mesut Oezil sebelum Piala Dunia 2010 di Afrika Selatan? Ketika televisi menyiarkan secara langsung sepak terjangnya bersama tim Jerman ditambah dengan bumbu ulasan dari berbagai media cetak di seluruh dunia, tiba-tiba nama Oezil melejit bak meteor. Mata semua orang menjadi terbuka dan mulai mengenal *the rising star* dari Jerman, berusia 21 tahun, berdarah Turki tersebut. Klub-klub raksasa dari Inggris, Manchester United dan Chelsea pun, *kepentcut* ingin merekrutnya dari salah satu anggota klub Bundesliga, Bremen (Darojatun, 2010: 10).

Coakley (1994: 356) menyatakan bahwa media massa mengirimkan pesan dan gambaran olahraga yang benar dalam acara dan programnya, sehingga masyarakat menjadi peduli akan kegiatan olahraga. Selanjutnya, menurut Arlen dalam Wise (1992: 460) media massa memengaruhi olahraga di Amerika dalam berbagai bentuk. Pengaruh tersebut antara lain tayangan olahraga dalam televisi menyuguhkan gambar dengan sudut pandang yang lebih baik dibandingkan dengan nonton langsung di stadion. Putaran kompetisi menjadi lebih panjang dengan peserta tim yang terlibat lebih banyak.

Popularitas olahraga meningkat karena ditayangkan dan diberitakan oleh media massa secara kontinu. Rakyat Amerika Serikat begitu menggandrungi

olahraga *baseball*, *football*, hoki es, dan bola basket, karena media massa memromosikan dan memberitakan secara besar-besaran kegiatan tersebut pada masa awal perkembangannya. Kompetisi bola basket NBA bisa dinikmati dan digandrungi oleh sebagian masyarakat Indonesia karena ditayangkan dan diberitakan oleh media massa di Indonesia.

Piala Dunia 2010 di Afrika Selatan yang demikian gegap gempita dan dapat dinikmati oleh ratusan juta pemirsa di seluruh penjuru dunia itu karena dipublikasikan secara besar-besaran oleh media massa pula. Tidak menutup kemungkinan, panitia pelaksana akan mengeruk keuntungan yang melimpah pada akhir perhelatan tersebut. Pertandingan Piala Dunia 2010 yang ditayangkan secara langsung oleh televisi swasta dan diberitakan secara eksklusif oleh seluruh media cetak yang terbit di Indonesia, sejenak dapat menjadi “obat pelipur lara” sebagian besar penduduk Indonesia dari penderitaan akibat krisis multidimensional yang berkepanjangan. Pemerintah pun untuk sementara waktu dapat “beristirahat” dari kesibukan menghadapi tekanan politik para aktivis yang selama ini gencar menyuarakan berbagai kasus, seperti korupsi, mafia hukum, video porno, penggusuran, kenaikan tarif dasar listrik, ledakan tabung gas, dan kinerja DPR.

Media massa seperti membantu kegiatan olahraga dengan menayangkannya, padahal yang sebenarnya adalah media massa mengincar keuntungan yang berlipat ganda dari kegiatan yang mereka lakukan. Peristiwa olahraga menyimpan potensi keuntungan yang menggiurkan di dalamnya. Para pengusaha akan rela menginvestasikan dana jutaan dolar untuk memasang iklan dalam tayangan olahraga. Mereka sadar bahwa memasang iklan dalam siaran olahraga yang ditonton oleh jutaan pemirsa merupakan cara yang sangat efektif untuk meningkatkan angka penjualan. Kondisi ini disadari betul oleh pemilik media massa, sehingga mereka berlomba-lomba untuk mendapatkan hak siar kegiatan olahraga yang mendunia. Mereka memunyai optimisme bahwa keuntungan yang diperoleh akan berlipat ganda.

Sebagai ilustrasi dapat dikemukakan di sini bagaimana perusahaan adidas dan nike meraup keuntungan dalam Piala Dunia 2010 di Afrika Selatan. Adidas

selaku sponsor resmi memperkirakan keuntungan mencapai 1,9 miliar dollar AS. Perusahaan asal Jerman itu juga menjual 12 juta kaus timnas Jerman, lebih dari 1 juta kaus Meksiko, Argentina, Afrika Selatan, dan sekitar 1 juta kaos Spanyol. Nike juga menikmati kenaikan keuntungan sebesar 39 persen pada kuartal pertama 2010 (ANG, 2010: 31).

Mutohir (2004: 38) mengatakan bahwa *event* olahraga perlu dikelola dengan pendekatan bisnis dengan melibatkan sebanyak mungkin sponsor. Olimpiade 1984 di Los Angeles dapat menjadi acuan bagi negara-negara lain untuk belajar mengelola sebuah pesta olahraga *multievent* terbesar di dunia. Olimpiade tersebut digelar dengan menghabiskan biaya tidak kurang dari US\$ 505 juta. Dari jumlah tersebut, hampir separuhnya telah tertutup dari hak siar yang dibeli oleh jaringan televisi ABC sebesar US\$ 225 juta. Sejumlah 32 perusahaan telah menjadi sponsor dengan nilai US\$ 4-13 juta, di samping itu, juga menerima berbagai bantuan yang diberikan untuk membangun fasilitas.

3. Media Massa Merugikan bagi Perkembangan Olahraga

Selain kedua hal di atas, media massa menimbulkan kerugian bagi dunia olahraga. Beberapa cabang olahraga menjadi “kacau balau” terkena pengaruh media massa. Sage (1990: 119) menyatakan bahwa untuk meningkatkan daya tarik bagi penonton dan menyesuaikan dengan kebutuhan siaran, industri televisi diizinkan untuk mengubah struktur dan proses olahraga. Tayangan olahraga dalam televisi semata-mata diarahkan untuk mendapatkan iklan, demikianlah cara media memanfaatkan olahraga. Media massa tidak memiliki minat yang baik terhadap olahraga, ia semata-mata hanya mencari keuntungan materi belaka yang sebesar-besarnya.

Olahraga secara signifikan dipengaruhi oleh media massa dalam berbagai hal, waktu permainan, perubahan peraturan, gaji pemain, tayangan olahraga, dan persepsi penggemar terhadap tim dan pemain (Altheide & Snow dalam Wise, 1994: 389-490). Dalam Indonesia Open 1994 di Yogyakarta, pemegang hak siar mengatur jam pertandingan suatu turnamen bulutangkis tingkat dunia tersebut agar sesuai dengan *prime time* (waktu tayang utama) di negara yang

dituju. Partai utama harus disiarkan tengah malam, karena perbedaan waktu sekitar enam jam dengan negara yang dituju siaran langsung. Di samping itu, partai tertentu harus dimainkan di lapangan utama agar dapat disiarkan ke negara tujuan. Pemimpin pertandingan, atau *referee* sekalipun tidak memiliki kewenangan untuk membantah pengaturan tersebut.

Contoh lain yang menarik adalah beberapa pertandingan di Piala Dunia USA 1994 harus dilaksanakan siang hari bolong agar sesuai dengan waktu tayang utama di negara yang dituju. Hal itu akan sangat berpengaruh terhadap prestasi atlet. Bagaimana orang akan berprestasi bagus, apabila harus bermain di tengah terik matahari musim panas yang menyengat. Tidak mengalami dehidrasi saja sudah untung, sehingga jangan harap pemain bisa menampilkan prestasi puncak.

Cico (1990: 10) menambahkan bahwa pers menciptakan mitos atau persepsi publik yang salah terhadap olahraga. Konon banyak pelaku olahraga, atlet, pelatih, dan pembina, kesulitan untuk melaksanakan tugas mereka karena mereka merasa terganggu oleh pemberitaan media massa. Di Amerika Serikat, banyak guru penjas yang berhenti melatih karena tidak tahan diusik terus menerus oleh pemberitaan media massa yang tidak benar tentang gaji yang mereka terima. Dalam pemberitaannya, guru seolah-olah mendapatkan gaji yang menggiurkan padahal kenyataannya berbicara sebaliknya. Atlet sekaliber Steffi Graf bisa menarik diri dari beberapa turnamen yang harus diikutinya dan prestasinya anjlok, karena ia tidak tahan oleh gangguan pemberitaan media massa yang menyebarkan kasus yang menimpa ayahnya.

PENUTUP

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa intervensi media massa benar-benar memengaruhi perkembangan dunia olahraga. Pengaruh tersebut bisa berarti atau tidak, menguntungkan atau merugikan bergantung pada kepiawaian olahraga mempertahankan dirinya sendiri. Sebenarnya, posisi olahraga berimbang dengan kedudukan media massa di dalam masyarakat, hanya kadang-kadang ada

kepentingan tertentu yang menggoyahkan kedudukan tersebut. Dalam hal ini, olahraga berada pada pihak yang didekte sesuai dengan kehendak media massa.

Di sisi lain, dengan hubungan yang ada selama ini, keduanya, olahraga dan media massa, bisa saling memanfaatkan untuk kemajuan pada bidang masing-masing. Keduanya bisa saling menarik keuntungan dari keberadaan salah satu pihak. Yang jelas, keduanya sudah saling bergantung dan saling membutuhkan. Olahraga tidak bisa hidup tanpa media, dan media tidak akan berkembang tanpa bantuan olahraga. Itulah makna hubungan resiprokal.

Intervensi media massa terhadap olahraga tidak hanya berpengaruh pada jagat olahraga, tetapi juga berimbas pada bidang-bidang yang lain, seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Pengaruh tersebut tidak hanya bersifat konstruktif, tetapi juga dapat bersifat destruktif terhadap berbagai bidang kehidupan manusia. Oleh sebab itu, untuk menghindari dampak negatif dari intervensi media massa terhadap olahraga, insan pers dituntut untuk senantiasa menjunjung tinggi kode etik jurnalistik dan selalu mengedepankan moralitas kemanusiaan.

DAFTAR PUSTAKA

- ANG. (2010). "Piala Dunia 2010 Sukses: Keuntungan Sponsor dan Jumlah Pemirsa Melonjak." *Kompas*. (14 Juli 2010). Hlm. 31.
- Bennett, B. L., et al. (1983). *Comparative Physical Education and Sport*. 2nd. ed. Philadelphia: Lea & Febiger.
- Brilin, A. (2010). "Perspektif Olahraga dalam Berbagai Dimensi Sosial." <http://andibrilinunm.blogspot.com/2010/05/perspektif-olahraga-dalam-berbagai.html>
- Cico, D. C. (1990). "Why Teachers Leave Coaching." *Scholastic Coach*. Volume 60, Number 1.
- Coakley, J. L. (1994). *Sport in Society: Issues and Controversies*. 5th. ed. St. Louis, Toronto: Mosby-Year Book, Inc.
- Darojatun. (2010). "Distorsi Klub Impian." *Bola*. (2 Agustus 2010). Hlm. 10.
- Hadi, MH S. (2010). "Perang Media di Balik Piala Dunia 2010." *Kompas*. (22 Juni 2010). Hlm. 42.

- Laker, A (ed). (2002). *The Sociology of Sport and Physical Education*. London: Routledge Falmer.
- Mutohir, T. Ch. (2003). *Olahraga Kebijakan dan Politik: Sebuah Analisis*. Jakarta: Proyek Pengembangan dan Keserasian Kebijakan Olahraga Ditjen Olahraga Depdiknas.
- (2004). *Olahraga dan Pembangunan*. Jakarta: Proyek Pengembangan dan Keserasian Kebijakan Olahraga Ditjen Olahraga Depdiknas.
- Raditya, I. N. (2009). "Ketika Krida Jadi Berita." *Basis*. (Nomor 01-02, Tahun Ke-58). Hlm. 25-30.
- Sage, G. H. (1990). *Power and Ideology in American Sport: A Critical Perspective*. Champaign, IL.: Human Kinetics Publishers, Inc.
- Sudiby, A. (2013). "Ke(tidak)bebasan Pemilik Media." <http://doa-bagirajatega.blogspot.com/2013/11/ketidakebebasan-pemilik-media-agus.html>
- Suherman, W. S. (1998). "Pengaruh Media Massa terhadap Olahraga." *Olahraga*. (Edisi 3, Tahun IV). Hlm. 71-79.
- Whannel, G. (1983). *Blowing the Whistle: The Politics of Sport*. London: Pluto Press.
- Wise, S. (1994). *Social Issues in Contemporary Sport: A Resource Guide*. New York and London: Garland Publishing, Inc.