

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Gelaran acara di sirkuit Mandalika marak diberitakan dalam berbagai situs di media online Indonesia. Sirkuit Mandalika disebut sebagai salah satu pelopor *Sports Tourism* di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari acara balapan motor bertaraf internasional diselenggarakan di Mandalika. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno dalam kemenparekraf.go.id, mengatakan, “Indonesia akan aktif mengajukan penawaran untuk menjadi tuan rumah penyelenggaraan berbagai acara dan juga kegiatan olahraga kelas dunia” (Isnaini, 2020). Hal ini tidak lepas dari berbagai potensi pada sektor pariwisata yang dimiliki Indonesia, *Sports Tourism* dapat diartikan sebagai kegiatan olahraga yang melibatkan sektor pariwisata (Isnaini, 2020).

Sports Tourism merupakan perjalanan olahraga yang menghubungkan budaya terkait pariwisata yang berkaitan dengan olahraga dalam perjalanan pariwisata yang berhubungan dengan lingkungan, alam sejarah budaya, cerita rakyat dan menggunakan adat istiadat dan lingkungan terbuka (Isnaini, 2020). *Sports Tourism* juga dapat diartikan sebagai kegiatan olahraga yang menggabungkan pariwisata serta dapat melestarikan budaya lokal setempat dan memajukan ekonomi penduduk sekitar. Saat ini *Sports Tourism* menjadi daya tarik wisatawan untuk melakukan wisata sambil melakukan kegiatan fisik seperti berlari, bersepeda, berselancar dan olahraga yang membutuhkan tenaga fisik lainnya. Menurut (Masjhoer, 2020), terdapat beberapa keuntungan diselenggarakannya *Sports Tourism*: Pertama, menciptakan pekerjaan dan pendapatan. Kedua, mendatangkan keuntungan bagi perusahaan lokal. Ketiga, menambah pendapatan pajak. Keempat, meningkatkan infrastruktur dan fasilitas olahraga. Industri pariwisata sedang mengembangkan *Sports Tourism* karena pada sektor ini menjadi peluang bisnis yang menjadi tempat perputaran ekonomi yang besar bagi suatu daerah. Sirkuit Mandalika menjadi destinasi *Sports Tourism*

karena memiliki sejumlah pantai yang memiliki pemandangan indah dan kaya akan budaya lokal setempat (Masjhoer, 2020).



Gambar 1 1 Sirkuit Mandalika (Ngopibareng.id)

Sirkuit Internasional Mandalika menjadi sorotan media online karena berhasil menjadi tempat untuk balapan kelas dunia MotoGP dan WSBK. Sirkuit Mandalika bukan hanya sekedar tempat untuk menggelar *acara* balapan, namun juga dapat menjadi kegiatan promosi pariwisata berskala internasional yang digabungkan dengan kegiatan olahraga (*Sports Tourism*). Sirkuit Mandalika juga menjadi pendukung pertumbuhan ekonomi yang cukup besar di Indonesia, PT. Pengembangan Pariwisata Indonesia atau Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) terus mengembangkan konsep *Sports Tourism* pada sirkuit Mandalika. Setelah sukses menggelar salah satu kejuaraan balap kelas dunia yaitu MotoGP (Hendriyani, 2022).

Penyelenggaraan MotoGP di sirkuit Mandalika memberikan *multiplier effect* yang besar. Pertumbuhan ekonomi di Nusa Tenggara Barat (NTB) pada triwulan ke 1 tahun 2022 sebesar 7,76%, dan secara nasional di angka 5,01%. Pada sektor lapangan usaha yang mendominasi adalah sektor akomodasi, makanan dan minuman dengan jumlah 22,29%, transportasi dan pergudangan dengan jumlah 15,36% (Hendriyani, 2022). Jumlah wisatawan yang datang ke NTB meningkat sangat signifikan, wisatawan yang menggunakan angkutan udara meningkat sebanyak 94,81% dan menggunakan angkutan laut sebanyak 74,91%. Menurut survey dampak dari acara MotoGP yang dilakukan Kemenparekraf yang diunggah pada kemenparekraf.go.id, pelaku usaha mengalami peningkatan

sebanyak 41% selama acara MotoGP berlangsung, dimana 23% berasal dari luar daerah NTB (Hendriyani, 2022).

Selain MotoGP, *acara* balapan motor WSBK juga diselenggarakan di sirkuit Mandalika. Penonton WSBK mencapai 59 ribu penonton, dan memberikan dampak hingga Rp5 triliun terhadap ekonomi di Indonesia, serta menciptakan lapangan kerja yang cukup banyak (Hidayat, 2023). Selain mendorong pertumbuhan ekonomi, WSBK juga menjadi ajang promosi untuk wisata kebudayaan lokal NTB. Perunjukan Inen Gumi menampilkan tarian Gendang, Beleq, Paresean, Penyambeq, dan Cilinaya yang di dalamnya terdapat 300 orang yang terdiri dari 250 penari dan 50 kru (Hidayat, 2023).

Tidak hanya sektor ekonomi saja yang memiliki dampak positif, sektor kebudayaan juga menjadi sorotan banyak media. kebudayaan lokal Nusa Tenggara Barat (NTB). Gelar *acara* di Mandalika menjadi ajang perkenalan sekaligus promosi budaya lokal setempat. Wisatawan lokal dan mancanegara disuguhkan dengan berbagai kebudayaan lokal NTB. Wisatawan tidak hanya melihat dan menikmati pentas budaya lokal, tetapi dapat merasakannya langsung.

Selain di sirkuit Mandalika *Sports Tourism* juga dilakukan diberbagai daerah di Indonesia. Seperti yang baru ini terjadi yaitu F1 Power Boat 2023 yang diselenggarakan di Danau Toba, Sumatera Barat. Danau Toba adalah salah satu destinasi pariwisata nasional Indonesia yang ditetapkan sebagai bagian dari lima pengembangan Kawasan strategis pariwisata nasional dan masuk kedalam program super prioritas pemerintah dalam proses pengembangan pariwisata di Indonesia (Sihaloho, 2022). Ajang F1 Power Boat juga mendorong kemajuan ekonomi dan pariwisata baik lokal maupun nasional, dengan pertumbuhan ekonomi yang mencapai Rp 300 miliar (Yana, 2023).

Dari isu yang dibahas mengenai pembingkai Sirkuit Mandalika Sebagai Destinasi *Sports Tourism* di media online, tentunya setiap media online memiliki pembingkai pada beritanya masing-masing. Peneliti memilih media online Detik.com karena pada dasarnya setiap media memiliki pembingkaiannya masing-masing. Detik.com adalah salah satu portal berita di Indonesia. Detik.com adalah anak perusahaan dari Detik Network (PT Trans Digital Media) di bawah naungan CT Corp. Terdapat produk digital yang menjadi bagian dari Detik Network adalah

detik.com, pasangmata, adsmart, cnnindonesia, cncindonesia, insert! Live, detikshop, Trans Media Sosial. Ciri khas dari Detik.com (Sandi, 2022).

Selanjutnya, peneliti memilih Kompas.com, Kompas.com adalah portal berita dari Grup Kompas Gramediayang menawarkan berbagai konten berita serta peristiwa terkini Di Indonesia, sifat pembaca online adalah beradaptasi. Kompas.comawalnya bernama Kompas Online pada tahun 1995, yang beroperasi dengan nama tersebut Edisi harian Harian Kompas. Kemudian pada tahun 1998 Kompas Online berganti nama menjadi Kompas.com sambil mengembangkan fokusnya 5 Pengembangan konten, desain, dan strategi pemasaran terbaru. Juga Kompas.com dimulai sebagai portal berita terpercaya di Indonesia (Kompas, 2023).

Kemudian, pada tahun 2008, Kompas.com melakukan perubahan penampilan luar biasa. Memperkenalkan ide Reborn, Kompas.com menghadirkan logo, tata letak, dan konsep yang baru dan lebih serbaguna, elemen yang lebih segar, lebih elegan dan tentu saja masih dapat digunakan di latar depan dan ramah iklan. Itu menjadikan Kompas.com salah satunya portal berita yang menawarkan informasi lengkap, bukan sekedar pengenalan Berita berupa teks namun berupa gambar, video hingga video streaming. Perubahan ini menyebabkan peningkatan pengunjung aktif Kompas.com setiap tahun. Peneliti memilih media Detik.com dan Kompas.com karena Detik.com merupakan media yang pragmatis dan Kompas.com merupakan media yang cenderung banyak mengkritisi melalui perbandingan pro dan kontra selain itu, memilih Detik.com dan Kompas adalah sebagai perbandingan pbingkaian sebuah berita mengenai pemberitan sirkuit Mandalika sebagai destinasi Sports Tourism pada antara media milik Detik.com dan media Kompas.com (Kompas, 2023).



Gambar 1 2 Statistik Pengunjung web 2023 (Similarweb.com)

Berdasarkan statistik dari Similarweb.com yang menunjukkan perbandingan antara media Detik.com dan Kompas.com, pada periode Desember 2022 sampai dengan Februari 2023. Pada Desember 2022 Detik.com mendapatkan 167.4 Juta pengunjung, pada bulan Januari 2023 Detik.com mendapatkan 165.2 Juta pengunjung dan pada bulan Februari mendapatka 149.8 Juta pengunjung. Detik.com mendapatkan pengunjung dengan total 482.2 Juta selama periode Desember 2022 – Februari 2023. Sedangkan Kompas.com pada bulan Desember mendapatkan 150 Juta pengunjung, pada bulan Januari media Kompas.com mendapatkan 162.4 Juta pengunjung, dan pada bulan Februari mendapatkan 153 Juta Pengunjung. Kompas.com mendapatkan total 465,6 Juta pengunjung pada periode Desember 2022 – Februari 2023. Dengan data tersebut menunjukan bahwa media Detik.com dan Kompas.com menjadi dua media dengan pembaca terbanyak.

- Peneliti memilih kedua media tersebut karena media Detik.com dan Kompas.com yang frekuensinya cukup sering memberitakan mengenai *Sports Tourism* di Mandalika. Detik.com memiliki 364 berita yang berkaitan dengan *Sports Tourism* di sirkuit Mandalika sedangkan pada media Kompas.com memiliki 274 berita yang membahas mengenai *Sports Tourism* di sirkuit Mandalika. Peneliti memilih periode Maret 2022 – Maret 2023 karena pada pelaksanaan MotoGP di Sirkuit Mandalika diselenggarakan pada Minggu, 20 Maret 2022, yang menjadi momentum kembalinya MotoGP setelah vakum diselenggarakan di Indonesia selama 25 tahun kemudia melihat bagaimana pemberitaan Sirkuit Mandalika sebagai destinasi Sports Tourism setelah ajang acara MotoGP

Tabel 1. 1 Analisis Artikel Berita Detik.com dan Kompas.com

No	Detik.com	Kompas.com
1	Bupati Panggil Dishub-Pengelola Pantai Mandalika Buntut Pungli Parkir. 20 Januari 2023	Ombudsman Temukan Ada Pungli Parkir di Sejumlah Tempat Wisata KEK Mandalika. 20 Januari 2023
		

Sumber : *Olahan Data Peneliti, 2023*

Kedua media tersebut memiliki *headline* judul yang sama, pada artikel Detik.com menyebutkan bahwa bupati setempat memanggil dishub dan pengelola pantai untuk menertibkan pungli parkir. Sedangkan pada artikel Kompas.com hanya menyebutkan ombudsman menemui sejumlah tempat wisata yang terdapat pungli parkir.. Pada kedua artikel tersebut terdapat perbedaan pengemasan berita dari masing-masing media, namun dengan topik pembahasan yang sama mengenai pungli parkir di sejumlah wisata.

Media secara umum diartikan sebagai berita yang dapat diakses secara daring melalui adanya akses dalam situs web dengan internet yang terhubung, yang didalamnya dapat berisikan teks, gambar, video, dan suara. Media *online* atau media baru merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Media *online* adalah sebutan untuk media yang memiliki latar belakang telekomunikasi dan multimedia. Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang didasarkan dengan telekomunikasi dan multimedia yang di dalamnya terdapat portal, situs web (website), radio-*online*, TV-*online*, pers *online*, mail-*online*, dan lain sebagainya dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna dalam memanfaatkannya (Eko, 2019; Junaedi, 2019).

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti melakukan penelitian ini untuk mengetahui *framing* yang dilakukan oleh media Detik.com dan Kompas.com

terhadap pemberitaan sirkuit Mandalika sebagai destinasi *Sports Tourism* di media online. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Konsep *framing* milik Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki, digunakan untuk melihat realitas yang ada di balik wacana dari media massa dan karena ingin melihat suatu pengemasan dari suatu media yang dilihat dari isu dan menuliskan berita seperti apa. Dalam melakukan penelitian, penelitian ini juga menggunakan penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai rujukan untuk penelitian

Pada penelitian pertama milik Dina Ariyani tahun 2019 berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan “Destinasi Wisata Halal” Pada Media *Online* Kompas.com dan Detik.com”. Objek dari penelitian ini adalah Bagaimana bingkai pemberitaan “Destinasi Wisata halal” pada media *online* kompas.com dan detikcom?.com. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan datanya dengan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam pemberitaan destinasi wisata halal pada kompas.com lebih mengangkat isu yang positif. Berita yang diangkat lebih pada strategi yang sudah dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam pengembangan wisata halal dengan stakeholder secara langsung. Sedangkan pada media detik.com masih banyak ditemukan judul berita dan kalimat-kalimat yang digunakan dalam berita yang mengajak pembaca terprovokasi tentang isu-isu yang negatif.

Pada penelitian kedua milik Faisal Reza Baihaqi dan Hendra Setiawan tahun 2021 berjudul “Pemberitaan Peresmian Sirkuit Mandalika dalam Media kompas.com dan detik.com: Analisis *Framing* ”. Objek dari penelitian ini adalah mengetahui media online Kompas.com dan Detik.com dalam membingkai pemberitaan peresmian sirkuit Mandalika. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan model analisis *framing* yang dikemukakan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil dari penelitian ini adalah media kompas.com mengampilk isu tentang ITDC dalam membangun sirkuit Mandalika, sedangkan pada detik.com isu yang diambil adalah politikus yang menyindir Jokowi terkait peresmian sirkuit Mandalika.

Pada penelitian ketiga milik Ilham Ega Safari, Erwin Kartinawati, dan Hari Wiriawan tahun 2022 berjudul “Pembingkai Berita Penyelenggaraan Formula E Jakarta Pada Program Aiman Kompas TV”. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah tayangan berita investigasi pada tayangan Aiman mengenai masalah pro dan kontra penyelenggaraan balapan mobil listrik Formula E Jakarta pada episode "Di Balik Gaduh Balapan Ibu Kota" yang diunggah pada 21 Februari 2020 menjadi 5 bagian dengan durasi 6 hingga 10 menit pada channel YouTube Kompas TV. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dan dengan menggunakan teori analisis *framing* milik Robert N. Entmand. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa program Aiman membingkai episode "Di Balik Gaduh Balapan Ibu Kota" dengan menonjolkan sikap penolakan tidak setuju dengan Pemprov DKI Jakarta yang menggunakan anggaran APBD 1,6 Triliun dan lokasi Monas sebagai sirkuit untuk menyelenggarakan balapan Formula E.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perbandingan pemberitaan pembingkai sirkuit Mandalika sebagai destinasi *Sports Tourism* antara Detik.com dan Kompas.com periode Maret 2022 – Maret 2023?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pembingkai pemberitaan sirkuit Mandalika sebagai destinasi *Sports Tourism* pada media Detik.com dan Kompas.com periode Maret 2022 – Maret 2023.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang sudah disusun ini diharapkan mampu menjadi referensi dan dapat memberikan manfaat. Terdapat dua manfaat yang diharapkan baik manfaat akademis dan manfaat praktis.

1.4.1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini dapat memperkaya kajian penelitian ilmu komunikasi teori framing dan yang menggunakan konsep *Sports Tourism*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terkait pengemasan terkait pemberitaan *Sports Tourism* di situs media online Detik.com dan Kompas.com

