

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini akan meneliti diskursus *Black Lives Matter* (BLM) di dalam akun resmi Instagram *National Basketball Association* (NBA). Wacana *Black Lives Matter* sendiri mengacu kepada sebuah gerakan anti-rasis yang biasanya muncul sebagai respon dari adanya peristiwa ketidaksetaraan rasial di Amerika Serikat (AS). Di tahun 2020, di tengah pandemi COVID-19, viralnya kematian George Floyd di media sosial telah memicu sebuah gerakan anti-rasis yang mungkin terbesar sepanjang sejarah di Amerika Serikat dengan mengatas namakan gerakan BLM (Buchanan et al., 2020), dan Maqbool (2020) menyebutkan gerakan BLM di tahun 2020 merupakan sebuah aksi berskala global. Liga olahraga profesional AS yang mayoritas pemainnya keturunan Afrika-Amerika atau kulit hitam, NBA, menjadi pihak yang cukup masif dalam merespon peristiwa tersebut melalui penyelenggaraannya yang mengusung tema *A Whole New Game*, salah satunya dapat dilihat dari akun resmi Instagram NBA. Menjadi suatu hal yang menarik dikarenakan penyelenggaraan musim lanjutan NBA pada 30 Juli 2020 dihadapkan di tengah situasi memanasnya isu rasisme di AS, pandemi, dan Pemilu Presiden yang berlangsung di bulan November 2020. Maka dari itu dengan menggunakan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, peneliti akan melihat bagaimana diskursus BLM dikonstruksikan di dalam akun resmi Instagram NBA, saat penyelenggaraan NBA musim 2019/2020 dilakukan di tengah situasi pandemi dan menuju Pemilu Presiden AS 2020.

Meskipun terpilihnya Barrack Obama di tahun 2008 sebagai Presiden kulit

hitam pertama di AS telah memunculkan asumsi bahwa AS telah memasuki fase baru yang disebut sebagai *post-racial era* (Dawson dan Bobo, 2009:247; Hughey dan Parks, 2014:1), namun persoalan rasisme di AS masih menjadi persoalan yang utama bagi kelompok kulit hitam. Hal tersebut ditunjukkan melalui sebuah survei di tahun 2015 yang dilakukan oleh Gallup (gambar 1.1) telah menunjukkan pengangguran dan hubungan antar ras masih menjadi masalah dominan bagi orang

Gambar 1.1
Masalah yang Paling Sering dihadapi di US

Most Commonly Named Problems Facing the U.S., by Race
What do you think is the most important problem facing this country today? [OPEN-ENDED]
April-June 2015

	Whites	Blacks
Dissatisfaction with government	18%	10%
Economy in general	12%	10%
Unemployment/Jobs	8%	13%
Race relations	4%	13%
Immigration/Illegal aliens	6%	3%
Healthcare	6%	6%
Federal budget deficit/Federal debt	5%	6%
Education	4%	5%
Ethical/Moral/Family decline	5%	3%
Terrorism	5%	1%
Poverty/Hunger/Homelessness	4%	7%
Crime/Violence	1%	5%

Note: Issues mentioned by less than 5% of either group not shown
GALLUP

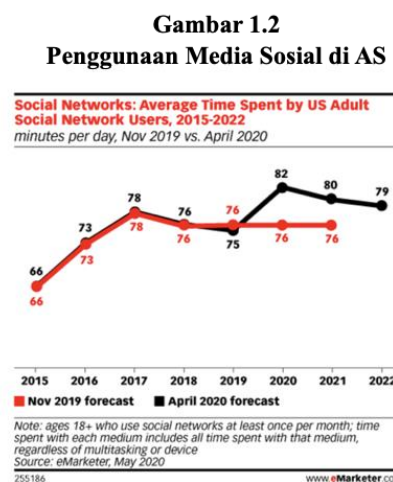
Sumber: Brown, 2015

kulit hitam dengan presentase 13%, sedangkan warga AS kulit putih cenderung memilih ketidakpuasan terhadap pemerintah menjadi masalah di AS dengan presentase 18% (Brown, 2015). Dengan kemunculan gerakan BLM di tahun 2020 semakin menunjukkan bagaimana rasisme masih menjadi isu utama di dalam kehidupan sosial di AS.

Gerakan BLM di tahun 2020 menjadi sebuah gerakan anti-rasis yang berbeda dari sebelumnya, karena gerakan ini dilakukan di tengah situasi pandemi COVID-19 yang mana beberapa negara memiliki kebijakan untuk mengurangi aktivitas yang melibatkan banyak orang bahkan hingga kebijakan untuk *lockdown*, namun aksi protes BLM di tahun 2020 ternyata menjadi sebuah momentum hingga

menjadikan gerakan terbesar sepanjang sejarah di AS. Melalui tulisannya, Reilly E. Olson (2021:3-4) menjelaskan bahwa gerakan BLM saat pandemi COVID-19 di AS telah membawa isu yang lebih luas terkait dengan kesenjangan yang terjadi dengan penanganan serta tingkat kematian yang tinggi pada kelompok minoritas di AS. Walaupun sejak awal peran media sosial sangat penting di dalam terbentuknya gerakan BLM di tahun 2013, namun besarnya aksi protes BLM di tahun 2020 juga dipengaruhi oleh meningkatnya penggunaan dengan rata-rata menghabiskan waktu untuk media sosial selama 82 menit (gambar 1.2) apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya dengan 76 menit. Hal ini telah menunjukkan bagaimana cepatnya arus informasi yang menyebar saat itu.

Hal lain yang terkena dampak pandemi COVID-19 ialah seluruh penyelenggaraan *event* olahraga diberhentikan untuk sementara, dan bagi orang AS olahraga tidak lagi diartikan sebagai sebuah hiburan saja, namun olahraga



Sumber : Williamson, 2020 dalam Molla 2020

menjadi suatu hal yang penting bagi kehidupan keseharian orang AS (Billings, Butterworth, dan Turman, 2015:1). Dengan situasi tersebut kondisi pandemi secara langsung berdampak secara finansial kepada industri pertelevisian. Melalui

artikelnya Brad Adgate (2020) *The Impact of Coronavirus On Cable TV Is Mixed* telah menjelaskan bagaimana ESPN dan TNT terkena dampak terhadap pemberhentian sementara pertandingan NBA dikarenakan pandemi. Jaringan televisi kabel TNT mengalami penurunan pe nonton hingga 63% dengan 743.000 penonton, dibandingkan pada Mei 2019 TNT merupakan jaringan televisi kabel dengan peringkat teratas dengan rata-rata 2.5 juta penonton. Sedangkan ESPN di bulan April dan Mei mengalami penurunan penonton hingga 41% dengan rata-rata 888.000 penonton, hal ini juga kemudian dibantu dengan ditayangkannya film dokumenter salah satu legenda bola basket, Michael Jordan, dengan judul *The Last Dance* yang memiliki rata-rata penonton 5.6 juta, dan *National Football League (NFL) draft* (Adgate, 2020). Kedua televisi jaringan kabel ini, ESPN dan TNT, mengharapkan kondisi finansial nya membaik ketika dimulainya penyelenggaraan musim lanjutan NBA 2019/2020 pada 30 Juli 2020.

Tidak dapat dipungkiri bahwa NBA juga merupakan sebuah bisnis yang besar, hal tersebut ditunjukkan dengan pendapatan yang diperoleh oleh NBA tiap tahunnya dengan besaran sekitar 7,4 milyar dolar AS (Willis, 2020). Ketertarikan industri pertelevisian dengan tayangan NBA menunjukkan bahwa NBA telah berhasil menjadi tayangan yang menarik untuk dinikmati. Ketenaran Michael Jordan memang telah menjadi momentum bagi NBA untuk mendapatkan keuntungan. Tulisan Horne (2006:81) telah menunjukkan bagaimana kehadiran Jordan mempengaruhi jumlah nominal dari kerja sama yang dilakukan antara TV kabel dengan NBA. Di tahun 1979 kontrak TV kabel terhadap NBA sebesar 500.000 dolar AS, sedangkan di tahun 2003 sebesar 223 juta dolar AS. Bahkan Jordan juga dijadikan sebagai *soft power* AS untuk menyebarkan kapitalisme global

(Lafeber, 1999 dalam Horne, 2006: 81). Hal ini telah menjelaskan bagaimana NBA menjadikan Jordan sebagai sebuah komoditas yang dapat menguntungkan liga itu sendiri. Namun, fenomena yang terlihat saat ini ialah para pemain bahkan pelatih di NBA terlihat masif dalam memperjuangkan isu-isu sosial bahkan politik di AS, dan dapat disebut sebagai aktivis-atlit.

NBA tidak hanya menayangkan pertandingan saja, namun perkembangannya telah mampu mempengaruhi sebuah paham yang berkaitan dengan rasial, gender, kekayaan, kemiskinan, kebangsaaan dan kekuasaan (Boyd, 2003; Flores, Ashcraft, & Marafiotte, 2013; Shor & Galily, 2012; Silk, Andrews, & Cole, 2005 dalam Cramer, 2016:1). Data di tahun 2020 telah menunjukkan sebanyak 74,2% pemain NBA berasal dari keturunan Afrika-Amerika, dengan mayoritas pemilik klub kulit putih (hanya dua orang dengan kepemilikan mayoritas tidak keturunan kulit putih, Michael Jordan dan Vivek Ranadive), bahkan jumlah staf yang bekerja di NBA mayoritas keturunan kulit putih (TIDES, 2020). Menurut data TIDES (2020) dibandingkan dengan liga profesional lainnya, secara keseluruhan NBA mendapatkan nilai A+ dalam hal keberagaman etnis dan rasial. NBA telah berhasil mengkontruksi pemain kulit hitam yang tidak lagi dipandang sebagai ancaman, dan berhubungan dengan kehidupan seks ataupun narkoba. Hal tersebut dilakukan oleh mantan Komisaris, David Stern, dengan membuat kebijakan cara berpakaian, yang mana pemakaian kalung dan aksesoris berbau *hip hop* tidak diperbolehkan. Namun atas dasar itu, para pemain NBA berhasil menarik perusahaan-perusahaan ternama untuk menjadikannya *ambassador*, dan kesuksesannya dilihat sebagai sosok yang berbeda dengan realita kehidupan orang kulit hitam di AS.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media memiliki peranan yang besar dalam melahirkan sebuah pandangan mengenai wacana *post-racism* yang menjadikan NBA salah satu buktinya. Kepemimpinan Komisaris, Adam Silver, yang merupakan seorang keturunan kulit putih telah memilih cara berkomunikasi sebagai *partnership* dibandingkan berkomunikasi layaknya seorang bapak bagi pemain-pemain kulit hitam di NBA (Cramer, 2016:10). Para pemain kulit hitam di NBA telah memuji kepemimpinan Silver terhadap liga, bahkan di dalam tulisannya Cramer (2016:12) menunjukkan bagaimana para pemain menganggap Silver sebagai pahlawan, yang mana pahlawan dikonstruksikan sebagai sosok yang memiliki legitimasi lebih rendah atau pihak yang tidak memiliki kemampuan dalam melindungi diri sendiri. Namun, kesetaraan rasial yang ada di NBA memang tidak lepas dari berbagai kepentingan yang salah satunya kepentingan ekonomi.

Ketenaran pemain NBA kemudian telah dimanfaatkan melalui media sosial dalam menyuarakan suaranya mengenai berbagai isu, salah satunya dalam penelitian ini ketidaksetaraan ras di AS. Di tahun 2020 NBA terlihat masif dalam mewadahi para pemain, pelatih ataupun staf yang terlibat di NBA untuk menyuarakan isu sosial melalui media sosial NBA. Selain itu, penyelenggaraan NBA musim 2019/2020 juga berbeda apabila dibandingkan dengan penyelenggaraan sebelumnya bahwa untuk pertama kalinya terdapat tulisan *Black Lives Matter* di atas lapangan pertandingan, penggunaan pesan sosial pada kostum bertanding hingga berlutut di setiap lagu kebangsaan Amerika Serikat dikumandangkan sebelum pertandingan dan berbagai program yang dilakukan NBA untuk menyokong kehidupan kulit hitam di AS lebih baik lagi. Hal ini telah menarik bagi peneliti karena hal ini menjadi sebuah momentum bagi NBA untuk

mengkonstruksi sebuah citra baru, yang mana NBA secara terang-terangan memfasilitasi dan mendukung para orang kulit hitam yang terlibat di NBA dalam memperjuangkan hak kesetaraan untuk kulit hitam di AS. Instagram menjadi salah satu media sosial yang peneliti gunakan di dalam penelitian ini karena Instagram NBA memiliki jumlah pengikut terbanyak dengan 56.6 juta pengikut, dan jumlah tersebut apabila dibandingkan dengan akun media sosial lainnya memiliki jumlah pengikut tertinggi.

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menganalisis wacana *Black Lives Matter* di dalam akun resmi Instagram NBA, yang mana penyelenggaraan NBA musim lanjutan 2019/2020 diselenggarakan di tengah situasi pandemi dan menuju Pemilu Presiden di AS. NBA memang terlihat paling masif di dalam menyuarakan isu ketidaksetaraan ras di AS, dan peneliti akan melihat kepentingan apa saja yang ada dibalik unggahan NBA pada akun media sosialnya, karena NBA juga tidak lepas dari sebuah bisnis yang besar. Dengan menggunakan metode Analisis Wacana Kritis milik Norman Fairclough maka peneliti akan menggunakan tiga dimensi analisis yaitu teks, praktik diskursif dan praktik sosio-kultural.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana diskursus *Black Lives Matter* pada akun Instagram *National Basketball Association* (NBA) di tengah penyelenggaraan musim lanjutan 2019/2020?
2. Kepentingan apa yang dimiliki NBA di balik konstruksi wacana *Black Lives Matter* pada akun Instagram NBA?
3. Wacana tandingan apa yang muncul di dalam diskursus *Black Lives Matter* yang ada di unggahan akun Instagram NBA?

1.3 Tujuan Penelitian

Peneliti ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan terhadap pembaca bahwa kemunculan sebuah wacana yang ada pada sebuah teks pada dasarnya merupakan hasil dari sebuah konstruksi. Kehadiran media sosial saat ini yang memiliki kemampuan untuk memproduksi kontennya secara mandiri, dan dikaitkan dengan kepentingan apa yang dimiliki oleh para pembuat konten sehingga wacana yang muncul pada tiap unggahan memiliki kepentingan tertentu.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan karena peneliti merasa akan memberikan manfaat serta ilmu pengetahuan baru serta mengedukasi para pembaca bahwa apa yang sebenarnya muncul di media telah melalui proses produksi terlebih dahulu sehingga itu merupakan hasil konstruksi. Selain itu, penggunaan media sosial yang bersifat tidak mengenal batas ruang dan waktu telah menjadikan hampir seluruh orang di berbagai negara dapat mengakses berbagai informasi yang ada di media sosial. Oleh karena itu, peneliti berharap melalui penelitian ini dapat memahami bagaimana

sebuah isu yang dibawa ke dalam media sosial harus dicermati, karena media sosial saat ini menjadi wadah dari adanya tarik menarik kepentingan. Hal ini juga dapat dijadikan salah satu referensi bacaan untuk mencegah adanya gerakan-gerakan yang hanya membuat kericuhan yang disebabkan karena adanya informasi-informasi yang tidak dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.