

WACANA PEMBERITAAN TENTANG *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. DJARUM TERHADAP PENGEMBANGAN BULUTANGKIS DI INDONESIA

Teguh Dwi Putranto

Universitas Airlangga

teguhputranto89@gmail.com

ABSTRACT

In Indonesia, cigarettes and tobacco become one of the commodities and products that also support many people in Indonesia. PT. Djarum as a company known as a cigarette producing company is doing one of the CSR program which is very contradictory. PT. Djarum seeks to distract people from the knowledge of the dangers of smoking by caring for the community through the Badminton support program. Or in other words Djarum Foundation provides CSR as compensation for guilt to the community. The purpose of this study is to know the construction of discourse on the CSR news PT. Djarum sports field especially Badminton. This research uses qualitative method by using Critical Discourse Analysis perspective which try to dismantle the structure of discourse in text. Researchers will take each of 2 news on every online portal (Tribunnews.com, Detik.com, and Kompas.com) in the period of 1 year starting from January 1, 2017 until December 31, 2017 so that there are a total of 6 news that will be examined.

Keywords: *Discourse Analysis*, CSR, PT Djarum, Badminton

PENDAHULUAN

Media diasumsikan memiliki pengaruh signifikan yang potensial, tetapi ide dan nilai yang dibawa oleh media (dalam kontennya) yang dilihat sebagai penyebab utama perubahan sosial, tidak peduli siapa pemilik dan pengontrolnya. Pengaruhnya dianggap bekerja melalui motivasi dan tindakan individu (McQuail, 2012:87).

Peneliti menilai bahwa media membentuk konsensus dan membenarkan bahwa seperti itulah kenyataan. Media dipandang memainkan peranan penting dalam membentuk, memproduksi, dan mereproduksi wacana.

Wacana (*discourse*) adalah kumpulan ujaran atau tulisan dilihat dari segi kepercayaan dan nilai yang dikandungnya. Kepercayaan-kepercayaan tersebut membangun suatu cara pandang terhadap dunia, pengelolaan atau representasi pengalaman-pengalaman yang kemudian sering disebut sebagai ideologi. Tata wacana yang berbeda akan menghasilkan representasi pengalaman yang berbeda pula (Fowler, 2004).

Peran media sangat besar dalam membantu pembentukan citra positif suatu perusahaan. Oleh karena itu, keharmonisan dan keefektifitas kerja dalam hubungan media sebuah perusahaan harus terus terjalin (Maria, 2013: 49).

Citra merupakan sebagai representasi penilaian penilaian dari konsumen, baik konsumen yang potensial maupun konsumen yang kecewa, termasuk kelompok-kelompok lain yang berkaitan dengan perusahaan seperti pemasok, agen maupun para investor (Jasfar,

Farida, 2009:184). Sedangkan menurut Philip Kotler citra perusahaan digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi (Kotler, Philip, 2007: 9).

Peneliti menilai bahwa *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan salah satu cara yang ditempuh oleh perusahaan untuk membangun citra dan membangun nama baik sebuah perusahaan di mata masyarakat. CSR ini dianggap sebagai bentuk *invisible hand* dari korporasi untuk tetap mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat global, sehingga bisa melakukan proses produksi secara berkelanjutan (Bierman, 2001:45).

PT. Djarum sebagai perusahaan yang dikenal sebagai perusahaan yang memproduksi olahan daun tembakau yang sudah dikeringkan lalu dibungkus kertas dan kita sering kenal dengan sebutan rokok ini melakukan salah satu program CSR yang justru sangat bertolak belakang. Bertolak belakang disini adalah bahwa rokok yang selama ini kita kenal sebagai salah satu produk yang dihasilkan PT. Djarum merupakan salah satu produk yang sebenarnya merupakan sesuatu yang tidak disarankan untuk dikonsumsi.

Tobacco is a highly addictive substance that causes many deadly diseases, and it is even deemed a "vice." A report by the U.S. Surgeon General and the WHO clearly established that tobacco is the leading cause of preventable and premature death, killing an estimated six million people (active and passive smokers) every year worldwide, including in Indonesia (DHHS, 2010; WHO, 2008a).

Tetapi seperti yang kita ketahui semua bahwa olahraga dan rokok memiliki manfaat yang bertolak belakang. Olahraga membawa dampak positif bagi kesehatan kita, namun saat kita mengkonsumsi rokok, dampak negatifnya akan dirasakan oleh pemakainya. Setiap tahun, kematian sekitar 6 juta penduduk dunia tercatat sebagai akibat dari merokok, termasuk 600.000 individu, yang tergolong sebagai perokok sekunder (WHO, 2015).

Tujuan inisiatif sosial perusahaan PT. Djarum secara umum adalah untuk berkomitmen mewujudkan potensi Indonesia untuk menjadi warga dunia yang utuh melalui Yayasan Djarum. Yayasan Djarum mengoperasikan sejumlah program di bidang terpilih yang telah dipilih karena potensi mereka untuk membuat perbedaan positif bagi masyarakat.

Hal yang menarik dalam penelitian ini yang coba diangkat oleh peneliti adalah program CSR yang dilakukan dalam mendukung olahraga terutama Bulutangkis sebagai bagian dari kepeduliannya kepada masyarakat yaitu Bakti Olahraga Djarum Foundation.

Dalam penelitian ini, peneliti menduga bahwa ada hubungan simbiosis mutualisme antara media dengan PT. Djarum. Jika kita melihat ke belakang tentang pro dan kontra rokok di masyarakat tentunya kita akan ditempatkan pada problematika yang cukup rumit.

Dalam hal ini PT. Djarum sebagai perusahaan rokok juga dihadapkan pada situasi yang rumit. Di satu sisi masyarakat yang anti rokok melakukan aksi protes terhadap perusahaan rokok dan meminta untuk menghentikan proses produksi, jika PT. Djarum menuruti masukan tersebut maka PT. Djarum secara tidak langsung memutus mata pencaharian para petani tembakau. Namun di sisi lain jika PT. Djarum masih memproduksi rokok maka kesejahteraan para petani tembakau bisa terjamin namun protes dari para masyarakat yang bukan perokok tentu akan semakin meningkat.

Di Indonesia, rokok dan tembakau menjadi salah satu komoditas dan produk yang turut menghidupi banyak orang di Indonesia. Manfaat dari rokok dan tembakau ini tidak hanya menyasar kehidupan masyarakat, tapi juga pada pemasukan negara. Sebagaimana yang terjadi, pemasukan dari pajak dan cukai rokok di Indonesia adalah salah satu yang paling besar dalam pendapatan negara. Karenanya, faktor ini tidak bisa dinafikan dalam pengambilan keputusan terkait hukum merokok (<https://komunitaskretek.or.id/editorial/2018/02/hukum-merokok-berdasar-fatwa-dari-nahdlatul-ulama/>).

Akan tetapi dalam salah satu program CSR-nya, PT. Djarum berusaha untuk mengalihkan perhatian masyarakat dari pengetahuan akan bahaya merokok dengan tindakan kepedulian kepada masyarakat melalui program pendukung Bulutangkis. Atau dengan kata lain Djarum Foundation merupakan kompensasi rasa bersalah kepada masyarakat.

Seperti yang diketahui bersama bahwa akibat yang akan dirasakan oleh perokok aktif terhadap kesehatan jika sudah merokok dalam jangka waktu tertentu sangatlah berbahaya dan merugikan si perokok tersebut khususnya. Padahal dalam setiap bungkus rokok atau juga dalam iklan-iklannya, perusahaan rokok tidak pernah menampilkan adegan merokok dan terdapat tulisan yang melarang kepada semua orang untuk tidak merokok karena merokok dapat menyebabkan beberapa penyakit seperti impotensi, masalah pernafasan, sampai gangguan kehamilan dan janin, dan masih banyak lagi penyakit yang bisa muncul akibat mengkonsumsi rokok. Namun nyatanya mereka masih terus menghisap rokok tanpa menghiraukan akibatnya.

The media have transformed sport into a global mega-business in which the values of screen time, print space, sports stars, sports teams and their audiences are interrelated and have a serious cash dimension. (Burton 2010, p.312)

Burton menegaskan bahwa secara historis olahraga yang awalnya merupakan kegiatan kompetitif yang berakar pada budaya masyarakat, kini telah beralih menjadi sebuah bisnis global yang berakar pada kapitalisme. Di sini media, berperan besar dalam mengasimilasi olahraga menjadi budaya populer yang kemudian menjadi kebutuhan dan diburu pasar, sementara pasar sama dengan uang dan komersialisme (Mufti, 2016:252).

Olahraga Bulutangkis digunakan sebagai alat PT. Djarum untuk membangun citra positifnya di masyarakat agar keberadaannya dapat terus ada selama PT. Djarum beroperasi. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana media mengkonstruksi wacana *corporate social responsibility* PT. Djarum terhadap perkembangan Bulutangkis di Indonesia. Karena seperti yang kita ketahui, Bulutangkis merupakan salah satu cabang olahraga yang memiliki prestasi tidak hanya di level Asia saja namun juga sampai level dunia. Diasumsikan bahwa jika Bulutangkis berhasil membawa harum nama Indonesia di level Internasional maka secara tidak langsung media akan memberitakan bahwa PT. Djarum telah ikut andil juga dalam mengharumkan nama bangsa melalui program Djarum Foundation-nya. Dan melalui pemberitaan melalui media tersebut, peneliti mencoba untuk membongkar apakah media bersifat netral atau memang ada keberpihakan media terhadap PT. Djarum.

Media

Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat siswa sedemikian rupa sehingga proses belajar terjadi (Sadiman, 2012:7).

Media dapat dianggap sebagai media komunikasi intrapersonal ketika ia memperluas kemampuan kita untuk memproduksi, menyimpan, atau menemukan kembali pesan yang sumbernya adalah kita sendiri (Ruben & Stewart, 2013: 209). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan media baru sebagai subjek penelitian.

Media Lama dan Media Baru

Media Awal (surat kabar, majalah, fonogram, film, dan radio) berkembang dengan pesat hingga menjadi seperti yang kita kenali bentuknya pada saat ini dengan perubahan utama pada skala dan diversifikasi, ditambah dengan munculnya televisi pada abad pertengahan abad ke-20. Teknologi baru telah berkembang yang terdiri atas jaringan

potensial cadangan komunikasi. Komunikasi massa dalam artian skala besar, merupakan konten publik komunikasi. Komunikasi massa dalam artian besar, merupakan konten publik yang mengalir satu arah yang terus berkuasa, tidak lagi hanya dimiliki oleh media massa 'tradisional'. Media-media ini dilengkapi oleh media baru (terutama internet dan teknologi *mobile*) serta jenis-jenis konten dan aliran baru yang juga dibawa pada saat yang bersamaan. Perbedaannya yang utama adalah pada karakternya yang lebih luas jangkauannya, kurang terstruktur, dan sering kali bersifat interaktif, seperti privat dan individualis (McQuail, 2012: 4).

Media baru muncul di hampir semua aspek kegiatan sosial dan profesional kontemporer. Dalam industri hiburan berbagai perangkat seperti, televisi kabel, telekomunikasi, video-game, layanan internet, rekaman dan pemutar ulang, telah sangat memperluas dan memperbanyak tempat rekreasi bagi kita (Ruben & Stewart, 2013: 214).

Dalam industri media berita dan penerbitan, teknologi telah mengubah cara informasi dikumpulkan, diproses, dan didistribusikan. Penulis dan editor memiliki akses ke berbagai database untuk melengkapi informasi yang dikumpulkan melalui wawancara dan sarana lainnya. Naskah ditulis, direvisi, diedit di layar. Hasil akhirnya koran, majalah, atau buku dapat dicetak dengan cara tradisional atau dikirim melalui satelit atau kabel ke situs percetakan berjaringan, seperti halnya dengan koran dan jurnal wall-street di Amerika Serikat saat ini (Ruben & Stewart, 2013: 214-215).

Dan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan media baru yaitu berupa internet. Pemberitaan melalui portal *online* yang diakses melalui internet akan menjadi objek dalam penelitian ini.

Internet

Pada awalnya, Internet dimulai sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data diantara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah Internet sebagai penyedia barang dan berbagai jasa, dan sebagai alternatif bagi alat komunikasi pribadi dan antar pribadi (Castells, 2001).

beberapa aplikasi Internet, misalnya berita *online*, merupakan perluasan dari jurnalisme surat kabar, walaupun berita *online* itu sendiri juga semakin berkembang ke arah yang baru dengan kemampuan baru atas konten dan bentuk (misalnya dimana anggota masyarakat dapat berperan juga sebagai jurnalis) (McQuail, 2012: 44).

Dalam hal ini peneliti menggunakan Internet sebagai sarana dalam mengakses berita *online*, dimana berita *online* tersebut merupakan evolusi dari surat kabar sebagai media lama ke media baru.

Surat kabar sudah dapat diakses sebagai teks di Internet dan sistem telepon juga mengantarkan konten media, terutama melalui Internet (McQuail, 2012: 45). Teks tersebutlah yang menjadi salah satu elemen yang akan diteliti dalam penelitian ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan perspektif Analisis Wacana Kritis yang berusaha membongkar struktur wacana dalam teks. Menurut Creswell (2010:4), penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

Peneliti menggunakan *Critical Discourse Analysis* (CDA) untuk menggali lebih dalam makna yang tersembunyi, membongkar konsep-konsep dan untuk memahami bagaimana kepentingan yang ada di dalam proses produksi wacana.

Analisis Wacana menurut Paltridge (2006:2) adalah sebuah kajian yang memfokuskan pada pengetahuan (*Knowledge*) tentang kata, klausa, frase, dan kalimat yang dibutuhkan agar

komunikasi berjalan secara efektif. Dalam perkembangan selanjutnya, van Dijk (1993) menilai bahwa Analisis Wacana sebagai suatu metode melihat bagaimana struktur-struktur dalam teks memiliki kekuatan untuk mewacanakan suatu representasi maupun ideologi dibalik teks.

Istilah analisis wacana adalah istilah umum yang dipakai dalam banyak disiplin ilmu dan dengan berbagai pengertian. Meskipun ada gradasi yang besar dari berbagai definisi, titik singgungnya adalah analisis wacana berhubungan dengan studi mengenai bahasa/pemakaian bahasa. Dalam pengertian linguistik, wacana adalah unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Analisis Wacana dalam studi linguistik ini merupakan reaksi dari bentuk linguistik formal yang lebih memperhatikan pada unit kata, frase, atau kalimat semata tanpa melihat keterkaitan diantara unsur tersebut (Eriyanto, 2009:3).

Analisis Wacana merupakan salah satu pendekatan diantara beberapa pendekatan konstruksionis sosial namun merupakan salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam konstruksionisme sosial (Jorgensen & Phillips, 2010: 8).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Analisis Wacana Kritis (AWK) untuk membongkar struktur dalam teks pemberitaan *online*.

Analisis Wacana Kritis

Analisis Wacana Kritis (sering disingkat AWK) menyediakan teori dan metode yang biasa digunakan untuk melakukan kajian empiris tentang hubungan-hubungan antara wacana dan perkembangan sosial dan kultural dalam domain-domain sosial yang berbeda (Jorgensen & Phillips, 2010:118).

Dalam Analisis Wacana Kritis (*Critical Discourse Analysis/CDA*), wacana disini tidak dipahami semata sebagai studi bahasa. Pada akhirnya, Analisis Wacana memang menggunakan bahasa dalam teks untuk dianalisis, tetapi bahasa yang dianalisis disini agak berbeda dengan studi bahasa dalam pengertian linguistik tradisional. Bahasa dianalisis bukan dengan menggambarkan semata dari aspek kebahasaan, tetapi juga dihibungkan dengan konteks. Konteks disini berarti bahasa itu dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu, termasuk di dalamnya praktik kekuasaan (Eriyanto, 2009:7). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk untuk mengetahui lebih dalam makna dari teks pemberitaan *online*.

Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk

Perbedaan utama yang ada dalam Analisis Wacana Kritis diperlihatkan oleh kenyataan bahwa pendekatan Analisis Wacana Teun van Dijk juga dipahami sebagai bagian aliran ini. Berlawanan dengan mayoritas pendekatan-pendekatan yang lain, pendekatan sosio-kognitif van Dijk memahami struktur kognitif sebagai perantara praktik sosial dan kewacanaan (Jorgensen & Phillips, 2010: 166).

Dari sekian banyak analisis wacana kritis yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh beberapa ahli, model Dijk adalah model yang paling banyak dipakai. Model tersebut memiliki keunggulan karena lebih praktis dalam penerapannya. Pendekatan yang digunakan untuk menganalisis disebut kognisi sosial. Pendekatan ini beranggapan bahwa kognisi sosial merupakan elemen penting dalam proses produksi sebuah wacana di masyarakat (Darma, 2009: 86).

Analisis wacana kritis mengkonseptualisasikan bahasa sebagai bentuk praktik sosial, dan mencoba membuat pembaca sadar akan pengaruh timbal balik antara bahasa dan struktur sosial yang biasanya tidak disadari (Titscher, 2000:147).

Wacana memiliki tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, serta konteks sosial (Van Dijk, 2001:11). Analisis van Dijk secara keseluruhan menghubungkan antara analisis tekstual yang memusatkan perhatian melulu pada teks, ke arah analisis yang komprehensif bagaimana teks itu diproduksi, baik dalam hubungannya dengan individu wartawan maupun dari

masyarakat. Karena itu, kunci dari analisis wacana adalah menggabungkan tiga dimensi itu ke dalam sebuah kesatuan. Model analisis van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Analisis Wacana Model Teun A. van Dijk
(Sumber: Eriyanto, 2009:225)

Gambar tersebut menunjukkan bagaimana van Dijk menggambarkan wacana yang mempunyai tiga dimensi, yaitu: teks, kognisi sosial, dan konteks. Dalam dimensi teks yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana digunakan untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada dimensi kognisi sosial, yang diamati adalah proses produksi suatu teks yang melibatkan kognisi individu penulis. Sedangkan pada dimensi konteks yang dipelajari adalah wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Jika digambarkan maka struktur teks adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Struktur Teks Pada Dimensi Teks Kerangka Analisis van Dijk

<p>Struktur Makro Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari dari topik/tema yang diangkat oleh suatu teks.</p>
<p>Superstruktur Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.</p>
<p>Struktur Mikro Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat, gaya yang dipakai dalam suatu teks</p>

Sumber : Eriyanto, 2009:227

Ada tiga hal sentral dalam pengertian teks, konteks, dan wacana. Teks adalah semua bentuk bahasa, bukan hanya kata-kata yang tercetak di lembar kertas, melainkan semua jenis ekspresi komunikasi yang ada di dalamnya. Selanjutnya, pengertian konteks dalam hal ini, yaitu memasukkan semua jenis situasi dan hal yang berada di luar teks dan memengaruhi pemakaian bahasa, situasi di mana teks itu diproduksi, serta fungsi yang dimaksudkan. Sementara itu, wacana dimaknai sebagai konteks dan teks secara bersama. Titik perhatiannya adalah analisis wacana menggambarkan teks dan konteks secara bersama-sama dalam proses komunikasi. Dalam hal ini dibutuhkan proses kognisi dan gambaran spesifik dari budaya yang dibawa dalam wacana tersebut (Suciartini, 2017: 269).

Struktur wacana adalah cara yang efektif untuk melihat proses retorika dan persuasi yang dijalankan ketika seorang menyampaikan pesan. Kata-kata tertentu mungkin dipilih

untuk mempertegas pilihan dan sikap, membentuk kesadaran politik dan sebagainya. Berikut akan diuraikan satu per satu elemen wacana Van Dijk tersebut (Eriyanto, 2009:227).

Tabel 1.2
Elemen Wacana Pada Struktur Wacana Van Dijk

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DAMATI	ELEMEN
Struktur Makro	TEMATIK Tema/topik yang dikedepankan dalam suatu teks	Topik
Superstruktur	SKEMATIK Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita utuh.	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain.	Latar, Detil, Maksud, Praanggapan, nominalisasi
Struktur Mikro	SINTAKSIS Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih.	Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti
Struktur Mikro	STILISTIK Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita.	Leksikon
Struktur Mikro	RETORIS Bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan.	Grafis, Metafora, Ekspresi

Sumber : Eriyanto, 2009:228-229

Alasan peneliti memilih konsep van Dijk ini karena kajian van Dijk peneliti nilai lebih jernih dalam merinci struktur, komponen dan unsur-unsur wacana. Selain itu, model Analisis Wacana Kritis ini terkesan mendapat tempat tersendiri di kalangan Analisis Wacana Kritis.

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua instrumen penelitian yaitu:

1. Sumber primer yaitu data yang berupa pemberitaan *online* yang dikumpulkan melalui akses internet yang diakses melalui Tribunnews.com, Detik.com dan Kompas.com lalu mengangkat informasi terkait kegiatan CSR PT. Djarum melalui Djarum Foundation dengan olahraga Bulutangkis.
2. Sumber sekunder yaitu kepustakaan atau studi literatur. Dimana ini merupakan teknik pengumpulan data yang berupa buku-buku, majalah, jurnal ilmiah, dan situs internet yang berhubungan dengan topik penelitian.

Unit analisis pada penelitian ini adalah tanda-tanda berupa teks pada pemberitaan *online* dalam tiga portal online yaitu Tribunnews.com, Detik.com dan Kompas.com yang

dilihat dari elemen (struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro) yang terdapat dalam pemberitaan tersebut yang memuat topik mengenai kegiatan Djarum Foundation khususnya dengan olahraga Bulutangkis dalam kurun waktu 1 tahun yaitu mulai 1 Januari 2017 sampai 31 Desember 2017.

Peneliti memilih 3 portal pemberitaan *online* tersebut atas dasar hasil survei yang dilakukan oleh Alexa.com. Alexa.com merupakan sebuah situs yang berfokus secara eksklusif untuk memberikan alat analisis terkaya dan paling bermakna bagi pelanggan dalam memberdayakan pelanggan melalui wawasan yang menarik dan dapat ditindaklanjuti yang mendorong hasil yang terukur untuk bisnis. Alexa sangat percaya pada substansi dari gaya, yang berarti Anda dapat mengandalkan wawasan yang tepat yang Anda butuhkan tanpa harus menavigasi konten asing untuk mendapatkan informasi yang Anda butuhkan saat ini.

Alexa didirikan pada tahun 1996, merupakan pelopor global dalam dunia wawasan analitis dan mengembangkan layanan analisis web yang paling kuat dan akurat dari penyedia manapun. Menurut Hamidi (2005: 75-76) bahwa unit analisis adalah satuan yang diteliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian. Ketiga portal pemberitaan *online* tersebut dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini karena berdasarkan survei website menurut situs pemeringkat Alexa.com (<http://www.alexa.com/topsites/countries/ID>), Tribunnews.com berada di peringkat 3 secara global dan berada di peringkat 1 untuk portal pemberitaan *online* dari Indonesia. Sedangkan Detik.com berada di peringkat 5 secara global dan berada di peringkat 2 untuk portal pemberitaan *online*. Dan Kompas.com berada di peringkat 8 secara global dan berada di peringkat 3 untuk portal pemberitaan *online*.

Selain itu peneliti berusaha untuk membandingkan ketiga pemberitaan Djarum Foundation melalui ketiga portal pemberitaan *online* tersebut, apakah media bersikap netral terhadap PT. Djarum ataukah ada kecenderungan ketiga media tersebut berpihak pada PT. Djarum sehingga media berusaha memberitakan PT. Djarum sebagai perusahaan yang memiliki citra dan reputasi yang baik di masyarakat.

Peneliti akan mengambil masing-masing 2 pemberitaan di setiap portal *online* (Tribunnews.com, Detik.com, dan Kompas.com) dalam periode 1 tahun yaitu mulai 1 Januari 2017 sampai 31 Desember 2017 sehingga total ada 6 pemberitaan yang akan diteliti.

DISKUSI

Dalam pemberitaan pertama Tribunnews.com yang menjadi kata kunci adalah kata “Bonus” yang sudah muncul dari judul pemberitaan Tribunnews.com. Bonus yang diberikan oleh Djarum ini merupakan salah satu bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang olahraga khususnya Bulutangkis. Dalam pemberitaan pertama Kevin Sanjaya mendapatkan bonus karena telah berhasil meraih juara dalam All England 2017.

Sedangkan dalam pemberitaan kedua Liliyana/Tontowi mendapatkan bonus karena telah berhasil menjadi juara dalam Indonesia Open 2017. Peneliti menilai bahwa bonus yang diberikan oleh Djarum kepada Kevin, Liliyana/Tontowi tidak lain karena alasan bahwa Kevin, Liliyana/Tontowi merupakan alumni dari PB Djarum, dimana PB Djarum merupakan klub atau bisa dikatakan sekolah Bulutangkis yang berada di bawah PT. Djarum. Penonjolan kata Bakti Olahraga Djarum Foundation menjadi bukti bahwa Tribunnews.com selalu memunculkan keberadaan Djarum dalam pemberitaan yang seolah-olah Djarum menjadi pahlawan dalam kemenangan Kevin Sanjaya. Kemudian muncul kata “pemicu” dan “atlet-

atlet PB Djarum lainnya”. Pernyataan tersebut seolah menguatkan bahwa bonus yang diberikan oleh Djarum dapat dirasakan oleh atlet-atlet Bulutangkis di bawah PB Djarum.

Dari kedua pemberitaan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam memberitakan CSR PT. Djarum Tribunnews.com berusaha untuk memunculkan nama PB Djarum sehingga peneliti menyimpulkan bahwa bonus yang diterima oleh atlet Bulutangkis yang berprestasi hanya akan diberikan kepada para alumni dari PB Djarum. Sehingga pemberitaan seputar CSR PT. Djarum akan berputar-putar di lingkup Djarum sendiri.

Sementara dalam Detik.com, dalam pemberitaan pertama Detik.com penonjolan Djarum telah muncul dalam paragraf pertama. Kata “Secara konsisten” dalam hal pemberitaan ini membicarakan CSR yang dilakukan oleh Djarum yang telah berjalan lama dan menjadi semacam tradisi bagi Djarum. Dalam Paragraf ketujuh muncul kata “Diganjar” dalam pemberitaan yang seolah mengartikan bahwa Djarum memberi sesuatu yang besar seperti hadiah besar yang turun dari langit oleh Djarum. Lalu muncul nama BCA dan Blibli.com dimana BCA merupakan Bank swasta terbesar di Indonesia yang saat ini dimiliki oleh salah satu grup perusahaan rokok terbesar di dunia, Djarum. Selain itu, Blibli.com adalah produk pertama PT Global Digital Niaga yang merupakan anak perusahaan Djarum di bidang digital yang didirikan pada tahun 2010.

Dalam pemberitaan kedua Detik.com peran Djarum sudah muncul dalam paragraf pertama, dan dalam paragraf ketiga juga dimunculkan nama anak perusahaan Djarum (Blibli.com).

Kemudian dalam pemberitaan pertama Kompas.com penonjolan Djarum juga telah muncul dalam paragraf pertama, lalu dalam paragraf keenam dimana nama anak perusahaan dari PT. Djarum juga kembali dilibatkan dalam program CSR-nya. Dalam pemberitaan kedua penonjolan Djarum juga muncul dalam paragraf kedua.

Dalam dimensi teks, pemberitaan tentang CSR PT. Djarum dalam pengembangan Bulutangkis di Indonesia oleh ketiga media ditemukan ada perbedaan. Dalam Tribunnews.com dan Detik.com dalam memberitakan CSR PT. Djarum kedua media *online* tersebut berusaha untuk memunculkan unsur pembinaan yang telah dilakukan oleh PT. Djarum melalui PB Djarum. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa bonus yang diterima oleh atlet Bulutangkis yang berprestasi hanya akan diberikan kepada para alumni dari PB Djarum. Sehingga pemberitaan seputar CSR PT. Djarum akan berputar-putar di lingkup Djarum sendiri. Sementara Kompas.com tidak membahas unsur pembinaan yang dilakukan oleh PB Djarum. Kompas memberitakan hanya sebatas bonus yang diberikan kepada atlet-atlet Bulutangkis tersebut tanpa menyangkut pautkan dengan urusan pembinaan.

Dalam dimensi kognisi sosial, yang menjadi ideologi bagi Detik.com adalah kepentingan menjadi pelaku bisnis kelas dunia. Sebab dalam dimensi teks sebelumnya pemberitaan tentang pemberian bonus dimana tindakan tersebut tidak lain merupakan bagian dari CSR Djarum yang berputar-putar saja di lingkup Djarum sendiri. Sementara bagi Kompas.com adalah memperkuat eksistensinya sebagai televisi berita. Dalam dimensi teks sebelumnya Kompas.com juga tidak membahas unsur pembinaan yang dilakukan oleh PB Djarum. Kompas memberitakan hanya sebatas bonus yang diberikan kepada atlet-atlet Bulutangkis tersebut tanpa menyangkut pautkan dengan urusan pembinaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kompas.com memberitakan Djarum dengan apa adanya.

Dalam dimensi konteks, Detik.com dan Tribunnews.com lebih mengarah ke konteks ekonomi. Dimana langkah ini disimpulkan sebagai salah satu langkah yang diambil oleh Detik.com yang merupakan anak perusahaan CT Corp agar dapat menjadi pelaku bisnis kelas

dunia. Sementara Kompas.com lebih mengarah ke konteks politik sebab Kompas.com berusaha untuk menarik simpati masyarakat agar dapat semakin memperkuat eksistensinya sebagai televisi berita.

KESIMPULAN

Media mengkonstruksi wacana pemberitaan tentang *corporate social responsibility* PT. Djarum bidang olahraga khususnya Bulutangkis:

Jika dikaitkan dengan isu yang tengah diteliti, peneliti menganggap bahwa keberadaan media memang memberikan peluang bagi industri rokok untuk mendapatkan citra positif melalui program CSR-nya dari masyarakat melalui pemberitaan yang dibuat oleh media. Media mengkonstruksi wacana pemberitaan mengenai CSR PT Djarum bidang olahraga khususnya Bulutangkis melalui pemberitaan yang seakan-akan memposisikan PT. Djarum sebagai penyelamat Bulutangkis di Indonesia dan menggantikan posisi Negara dimana hal tersebut seharusnya menjadi kewajiban pemerintah dalam urusan olahraga. Negara dianggap alpa dalam memberikan dukungannya terhadap Bulutangkis, padahal setiap tahunnya industri rokok telah menyumbangkan pajak yang sangat besar. Semua kegiatan yang berhubungan dengan Bulutangkis mulai dari masalah pembinaan sampai pertandingan bahkan sampai memberikan bonus bagi atlet-atlet yang berprestasi pasca pertandingan semua dilakukan oleh PT. Djarum. Sehingga hal ini membuat nama PT. Djarum berada di posisi yang tinggi dan masyarakat memandang itu sebagai sebuah kepedulian terhadap pengembangan Bulutangkis di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abidin, Said Zainal. 2004. *Kebijakan Publik*. Jakarta: Yayasan Pancur Siwah.

Bryant, C.G.A., & Jary, D. (1991). Coming to terms with Anthony Giddens. In C.G.A. Bryant & D. Jary (Eds.), *Giddens' theory of structuration: A critical appreciation* (pp. 1-32). New York, NY: Routledge.

Castells, 2001. *The Internet Galaxy*. Oxford: Oxford University Press.

Darma, Yoce Aliah. 2009. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung: Yrama Widya.

Denzin, Norman K. (eds). 2000. *Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Public

Eriyanto. 2009. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS

Fowler, Roger. 2004. *Discourse*. London: Routledge.

Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Cambridge: Polity Press. ISBN 0-520-05728-7.

Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.

Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia

Jorgensen, Marianne, W, & Phillips, Louise, J. 2010. *Analisis Wacana Teori & Metode*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Kodir, Andul & Susilo, Daniel. 2015. *CSR & PR*. Lamongan: M- Brothers Indonesia.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Phillip dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. United States
- McQuail, Denis. 2012. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moore, Frazier. 2005. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Newman, Lawrence W. 2000. *Social Research Methods*. London: Allyn and Bacon
- Paltridge, B. (2006). *Discourse analysis: An introduction*. London: Continuum.
- Ruben, Brent, D, & Stewart, Lea, P. 2013. *Komunikasi Dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sadiman, Arif, S dkk. 2012. *Media Pendidikan, Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sobur, A., 2004. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media*. Bandung: Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya
- Stones, R. (2005). *Structuration theory*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Suharto, Edi. 2007. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri (Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Titscher, Stefan., Meyer, Michael., Wodak, Ruth., and Vetter, Eva. 1998. *Methods of Text and Discourse Analysis*. Terjemahan Bryan Jenner. 2000. London: SAGE Publication.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Van Dijk, Teun. 2000. *Discourse Ideology and Context*. London.

Internet

- Adinata, Martinus, 2016. Samar Aroma Tembakau di Olahraga Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20160531132927-178-134716/samar-aroma-tembakau-di-olahraga-indonesia> diakses pada 17 Juli 2018
- Effendi, D. E, Agung Dwi Laksono, & Eka Denis Machfutra. 2014. "Diskursus Tentang Rokok" In Pro-Kontra Diskursus Rokok Dalam Media Sosial Youtube, 135-185. Yogyakarta: Kanisius.
- <http://accsr.com.au/what-is-csr/> diakses pada 9 Januari 2018
- <http://blog.uns.ac.id/> Wardhana, Syailendra Wisnu, 2009, "Sebuah Kepedulian Perusahaan terhadap Lingkungan di Sekitarnya" diakses pada 29 Juni 2018
- <http://www.djarum.com/corporate-social-initiatives/overview/> diakses pada 27 Maret 2018
- <http://www.djarumfoundation.org/> diakses pada 26 Maret 2018

<http://www.tribunnews.com/sport/2017/03/22/juara-all-england-djarum-foundation-berikan-bonus-untuk-kevin-sanjaya> diakses pada 10 April 2018

<http://www.tribunnews.com/sport/2017/07/13/tontowililiyana-diguyur-bonus-rp-500-juta-oleh-djarum-foundation-dan-bliblicom> diakses pada 10 April 2018

https://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan diakses pada 9 Januari 2018

<https://industri.kontan.co.id/news/iklan-rokok-di-televisi-terancam>

<https://komunitaskretek.or.id/editorial/2018/02/hukum-merokok-berdasar-fatwa-dari-nahdlatul-ulama/> diakses pada 26 Maret 2018

<https://olahraga.kompas.com/read/2017/07/13/18571671/-penghargaan-lagi-buat-prestasi-liliyana-tontowi> diakses pada 10 April 2018

<https://olahraga.kompas.com/read/2017/11/02/19580101/penghargaan-atas-prestasi-di-kejuaraan-dunia-junior-2017> diakses pada 10 April 2018

https://sport.detik.com/raket/d-3453604/juara-all-england-kevin-sanjaya-diganjar-bonus-oleh-pb-djarum?_ga=2.80813919.933650846.1522242136-849617579.1489380777 diakses pada 10 April 2018

<https://sport.detik.com/raket/d-3559118/juara-indonesia-open-tontowililiyana-diganjar-bonus-rp-500-juta> diakses pada 10 April 2018

<https://www.alexacom/> diakses pada 27 Maret 2018

Mohammad, Azami, 2017. 3 Keistimewaan Rokok bagi Negara. <https://komunitaskretek.or.id/opini/2017/04/3-keistimewaan-rokok-bagi-negara/>

Nazali, Furqon. 2018. 4 Merek Rokok Paling Laris di Indonesia. <https://komunitaskretek.or.id/ragam/2018/03/4-merek-rokok-paling-laris-di-indonesia/>

Nurhayat, Wiji. 2015. Begini Pentingnya Industri Rokok Bagi Ekonomi RI. <https://finance.detik.com/industri/d-2947821/begini-pentingnya-industri-rokok-bagi-ekonomi-ri>

Safitri, Dewi. 2010. Sponsor dan iklan rokok belum terganti. https://www.bbc.com/indonesia/laporan_khusus/2010/05/100521_tobacco3sponsorship diakses pada 17 Juli 2018

Saksono, H. 2013. Produsen Rokok Naikkan Harga Jual Imbangi Cukai. <http://www.indonesiainancetoday.com/read/39518/Produsen-RokokNaikkan-Harga-Jual-Imbangi-Cukai>. Diakses pada 21 Nopember 2013.

Sasongko, W. 2013. Cukai Bukanlah Upeti. <http://komunitaskretek.or.id/?p=2506>. Diakses pada 17 Juli 2018.

Setyowati, Desy. 2017. Revisi UU Penyiaran Akan Hilangkan Pendapatan Iklan Rokok Rp 6,8 T. <https://katadata.co.id/berita/2017/01/18/iklan-rokok-dilarang-produsen-rokok-dan-pengusaha-televisi-berpotensi>

SINDO, 2017. <https://economy.okezone.com/read/2017/03/11/320/1640242/indus-tri-rokok-punya-peranan-dalam-perekonomian-nasional>
Surono. "KEBIJAKAN TARIF CUKAI HASIL TEMBAKAU 2013: SINERGI DALAM ROADMAP INDUSTRI HASIL TEMBAKAU". www.bppk.depkeu.go.id. Diakses tanggal 17 Juli 2018.

Jurnal

- [WHO] World Health Organization. WHO report on the global tobacco epidemic, 2011: *Warning about the dangers of tobacco*. 2011; Italy: WHO Press.
- Bierman, F. The emerging debate on the need for a World Environment Organization. *Global Environmental Politics*, 2001, 1(1)
- Hapsari, Yunidia Niken. 2013. Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan Sebagai Strategi Pembentukan Citra Perusahaan Sebagai Program Corporate Social Responsibility PT. Petrokimia Gresik. *Jurnal Online Departemen Komunikasi FISIP Unair Vol. 2. No. 3, hal. 347-362*.
- Kodir, Abdul. 2016. Corporate Social Responsibility (CSR), Ideologi dan Keberpihakan di Indonesia: Telaah Teori Kritis Madzhab Frankfurt. *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis Volume 1, Nomor 2, Desember 2016, hal 149 – 160*.
- Mufti, Riza Roidila. 2013. Analisis Wacana Kritis Komodifikasi Development Basketball League 2013 Melalui Teks Pemberitaan Jawa Pos. *Jurnal Online Departemen Komunikasi FISIP Unair Vol. 2. No. 3, hal. 251-256*.
- Natalia N, Masloman N, & Manoppo JC. Correlation of tobacco smoke exposure to intelligence quotient in preschool children. *Paediatr Indonesia 2012; 52(2): 106-110*.
- Salim, A. D. 2013. IMC: PROMOSI, IKLAN DAN SPONSOR ROKOK STRATEGI PERUSAHAAN MENGGIRING REMAJA UNTUK MEROKOK. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 17, Nomor 1, Juni 2013, hlm. 58-65*
- Suciantini, Ni Nyoman Ayu, 2017. CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS “SEMUA KARENA AHOK”MATA NAJWA PROGRAM IN METRO TV. *Aksara Vol. 29. No.2, Desember 2017*
- Susilo, Daniel, & Haezer, Eben. 2017. Konstruksi Seksualitas Perempuan Dalam Berita Pemberitaan Di Teks Daring. *Jurnal Kawistara Vol. 7. No. 1, 22 April 2017, hal. 1-114*.
- Susilo, Daniel. 2017. Masculinity discourse on media text: A critical review about news about violence on online news portals. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik Vol. 30, No. 4, tahun 2017, hal. 344-352*.
- Tandilittin, H., & Luetge, C. (2015). CSR activity of tobacco companies in Indonesia: Is it a genuine social responsibility?. *Online Journal of Health Ethics, 11(1)*.<http://dx.doi.org/10.18785/ojhe.1101.03>.
- Van Dijk, T. A. 1993. Principles of critical discourse analysis. *SAGE:249-283*.
- Van Dijk, T.A. 2001. Discourse, Ideology, and Context. *Folia Linguistica XXXV (1):11-40*.
- World Health Organization (WHO). 2015. Tobacco control economics. Retrieved from: <http://www.who.int/tobacco/economics/en/> on 11 May, 2017.

Skripsi

- Kodir, Abdul. 2011. Menyingkap Selubung Ideologi Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia (Analisa Teori Kritis Terhadap Keberpihakan CSR di Indonesia). Universitas Airlangga
- Nurzalena, (2014) *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CITRA PERUSAHAAN PADA MINI MARKET INDOMARET DI KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Maria, Syifa. 2013. *AKTIVITAS MEDIA RELATIONS DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF RUMAH SAKIT SYAFIRA KOTA PEKANBARU*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM PEKANBARU-RIAU