

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian terkait dengan implementasi dari praktik *community of practice* dalam pola kerja di kalangan jurnalis olahraga di Indonesia pada masa *new normal*, peneliti menggunakan beberapa riset penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik yang diteliti. Selain menjadi acuan referensi dalam penelitian, beberapa riset penelitian terdahulu ini juga digunakan untuk memetakan bagaimana tren penelitian terbaru terkait dengan jurnalisme olahraga (*sports journalism*) dan penerapan dari konsep *community of practice* (CoP) dalam dunia jurnalisme. Tidak lupa, riset-riset penelitian terdahulu ini juga digunakan oleh peneliti untuk melihat celah riset atau *research gaps*, sehingga penelitian ini diharapkan dapat mengisi dan melengkapi celah tersebut.

2.1.1 Tren Penelitian Jurnalisme Olahraga

Studi penelitian dengan objek jurnalisme olahraga secara global saat ini mulai banyak dilakukan, baik itu terkait dengan konten jurnalisme olahraga itu sendiri maupun dari sisi jurnalis olahraga itu sendiri.

Peneliti telah melakukan riset terkait tren penelitian dari jurnalisme olahraga dan kemudian membagi riset-riset terdahulu dari ranah jurnalisme olahraga menjadi tiga kategori besar, yakni dari pemaknaan gender pada jurnalis olahraga, digitalisasi konten jurnalisme olahraga, dan kondisi aktivitas jurnalisme olahraga ketika dilanda pandemi Covid-19.

2.1.1.1. Pemaknaan Gender dalam Jurnalisme Olahraga

Ketika mengaitkan antara jurnalisme olahraga dengan gender, seringkali menunjukkan bahwa jurnalis olahraga perempuan dianggap lebih inferior dibandingkan dengan jurnalis olahraga laki-

laki. Howard (Bradshaw & Minogue, 2020) menjelaskan bahwa jurnalis olahraga perempuan di tahun 1990-an masih jarang ditemukan kehadirannya dalam pemberitaan di surat kabar nasional (paras. 2). Meskipun waktu sudah berjalan hingga tahun 2022, tetapi permasalahan pada pemaknaan gender dalam ranah jurnalisme olahraga baik itu di Indonesia maupun dunia masih seringkali ditemui. Peneliti telah menghimpun beberapa penelitian terdahulu yang membahas terkait permasalahan pemaknaan gender dalam jurnalisme olahraga.

Permasalahan yang paling sering ditemui dalam konteks jurnalisme olahraga dengan kaitan pemaknaan gender adalah adanya bias akibat gender di antara jurnalis olahraga. Penelitian dari Schmidt (2017) menyebutkan bahwa adanya diferensiasi bagi jurnalis olahraga perempuan dengan jurnalis olahraga laki-laki dalam hal meliput kegiatan olahraga. Menurut Schmidt (2017), jurnalis olahraga perempuan lebih sering untuk memberitakan sebuah berita olahraga yang lebih banyak mengandung nilai-nilai *human interest*. Sementara itu, jurnalis olahraga laki-laki dan jurnalis perempuan yang menjadi informan dalam penelitian Schmidt (2017) sepakat bahwa olahraga & atlet perempuan itu kurang mendapatkan sorotan dari media, baik itu di Amerika Serikat, Inggris, dan Australia (p. 64).

Dari segi konten, penelitian Schmidt (2017) menunjukkan bahwa pemberitaan dan liputan olahraga perempuan di surat kabar yang ada di Amerika Serikat, Inggris, dan Australia masih sangat minim, di mana artikel olahraga di surat kabar yang memberitakan tentang olahraga perempuan hanya sebesar 3% saja (p. 63). Adapun penelitian dari Schmidt (2017) menyebutkan bahwa liputan tentang olahraga perempuan secara kuantitas jauh sangat sedikit bila dibandingkan dengan liputan olahraga laki-laki (p. 66). Bahkan,

Schmidt (2017) menyebutkan bahwa olahraga perempuan jarang disebut sama sekali di sebagian besar dari artikel berita media yang diteliti dalam penelitiannya. Menurut Schmidt (2017), perempuan kerap disebutkan dan muncul dalam artikel olahraga ketika berkaitan dengan konteks peran dan ikatan hubungan dengan atlet laki-laki, seperti pacar, istri, ibu, atau ikatan kekeluargaan lainnya. Sebaliknya, laki-laki muncul dalam artikel olahraga, baik itu olahraga laki-laki maupun perempuan, sering disebut sebagai ahli dalam semua jenis artikel (p. 66).

Selaras dengan penelitian Schmidt (2017), Schoch (2020) melakukan sebuah penelitian yang meneliti tentang cara pengalokasian berita olahraga di antara jurnalis perempuan dan jurnalis laki-laki dalam sebuah surat kabar harian berbahasa Prancis di Swiss. Hasil penelitian dari Schoch (2020) menjabarkan beberapa poin yang krusial dan selaras dengan penelitian dari Schmidt (2017), yakni posisi dari jurnalis olahraga laki-laki di Swiss yang sangat dominan dalam redaksi, di mana jurnalis laki-laki kerap meliput topik-topik olahraga laki-laki yang populer secara menyeluruh dan memproduksi lebih banyak reportase pertandingan (p. 16). Sementara itu, jurnalis olahraga perempuan di Swiss lebih sering disibukkan dengan agenda liputan topik-topik olahraga yang sekunder & kurang populer, serta sering dialokasikan untuk sering meliput cerita-cerita olahraga yang memiliki nilai *human interest* di dalamnya (Schoch, 2020, p. 16).

Dalam penelitiannya, Schoch (2020) menemukan dampak dari pengalokasian jurnalis olahraga laki-laki dan perempuan di Swiss, di mana Schoch melihat bahwa jurnalis olahraga perempuan sering menjadi jurnalis dengan banyak keahlian (multiskill) sementara jurnalis olahraga laki-laki menjadi spesialis dalam memproduksi konten-konten liputan olahraga (p. 17). Adapun

penelitian dari Schoch (2020) memaparkan fakta bahwa sebagian besar dari informan dalam penelitiannya menyebutkan bahwa mereka sebenarnya tidak memilih profesi sebagai jurnalis olahraga sebagai pekerjaan pada awalnya (p. 17). Schoch (2020) juga menyebutkan bahwa jurnalis olahraga perempuan di Swiss merasa terkurung di dalam sebuah hubungan kerja di mana jurnalis laki-laki terlihat superior dan dominan, sementara mereka merasa terpinggir dan terabaikan (p. 18). Meskipun demikian, informan dalam penelitian dari Schoch menyebutkan bahwa mereka telah menginternalisasi standar operasi dalam redaksi dan beradaptasi dengan budaya redaksi yang didominasi dengan maskulinitas (Schoch, 2020, p. 18).

Salah satu faktor eksternal yang memengaruhi terjadinya bias gender dalam redaksi di kalangan jurnalis olahraga adalah cara dari pemimpin redaksi dalam media tersebut membagikan tugas kepada anak buahnya. Hal ini didasari dari penelitian oleh Schoch & Ohl (2021) yang meneliti tentang pendefinisian berlawanan dari jurnalisisme yang sah antara jurnalis olahraga perempuan dan laki-laki di sebuah surat kabar harian Swiss. Schoch & Ohl (2021) menjabarkan bahwa pemimpin redaksi berperan dalam proses membentuk gaya kerja dari jurnalis olahraga perempuan dan laki-laki (p. 278), dimulai dari proses rekrutmen hingga cara penugasan kepada jurnalisnya. Jurnalis olahraga perempuan di Swiss disebut oleh Schoch & Ohl (2021) mendapatkan intervensi penugasan dari pemimpin redaksi untuk lebih mengeksplor sisi dimensi lain seperti sosiologi, ekonomi, politik, dan psikologi dari olahraga yang diliput, dengan tujuan untuk menarik dengan luas perhatian dari pembaca ke surat kabar harian tersebut (Schoch & Ohl, p. 270).

Dari hal tersebut, hasil penelitian dari Schoch & Ohl (2021) menjabarkan bahwa jurnalis olahraga laki-laki sebagian besar

mempertahankan cara tradisional dalam menjalankan pekerjaan mereka, di mana bergantung dengan minat mereka terhadap olahraga (Schoch & Ohl, p. 271). Jurnalis olahraga laki-laki disebut oleh Schoch & Ohl (2021) “memonopoli” topik liputan yang prestisius (dalam konteks Swiss, sepak bola dan hoki es adalah topik liputan olahraga yang prestisius) untuk diliput sendiri oleh mereka dan meninggalkan “*dirty work*” untuk dikerjakan oleh jurnalis olahraga perempuan (p. 272; p. 278). Istilah “*dirty work*” ditujukan kepada topik-topik liputan olahraga yang dianggap kurang menarik dan biasanya merupakan topik olahraga sekunder (p. 267 – 268).

Schoch & Ohl (2021) melihat dalam penelitiannya bahwa jurnalis olahraga perempuan mengembangkan gaya kerja mereka dalam redaksi sesuai dengan kemampuan jurnalistik yang dimiliki secara umum (p. 277). Namun, menurut Schoch & Ohl (2021), kurangnya pengetahuan dasar dari jurnalis olahraga perempuan terkait dengan olahraga itu sendiri yang membuat mereka kurang tersorot dalam redaksi dan dikecualikan dari penugasan liputan-liputan olahraga yang “prestisius” (p. 274 – 275).

Referensi penelitian terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Abisaid & Li (2019). Mereka melakukan penelitian dengan dasar membandingkan bagaimana cara dari jurnalis olahraga laki-laki dan jurnalis olahraga perempuan dalam memanfaatkan medium Twitter untuk berkomunikasi dengan audiensnya (Abisaid & Li, 2019, p. 3). Hasilnya, jurnalis olahraga laki-laki secara signifikan lebih memungkinkan untuk membuat *tweet* soal olahraga yang bersifat *manly* dan memiliki kecil kemungkinan unyuk membuat *tweet* soal olahraga perempuan (Abisaid & Li, 2019, p. 13-14).

Penelitian dari Abisaid & Li (2019) juga menghasilkan sebuah fakta bahwa jurnalis olahraga perempuan merasa kurang dihargai sehingga mereka kurang tertarik untuk membuat *tweet* yang

berkaitan dengan olahraga. Alasan dari responden penelitian Absaid & Li (2019) merasakan hal demikian adalah untuk menghindari adanya *troll* atau pembullying secara daring kepada mereka, sehingga mereka malas untuk membuat tweet yang berkaitan dengan olahraga meskipun mereka merupakan jurnalis olahraga (p. 16).

2.1.1.2. Digitalisasi Jurnalisme Olahraga

Lambert (2019) merujuk arti dari jurnalisme digital sebagai tipikal dari jurnalisme baru yang memiliki karakteristik seperti terinvensi oleh penemuan situs web, proses produksi yang dimudahkan dengan kehadiran *smartphone*, dan adanya kemampuan dari jurnalis dalam menyusun dan mengelola data yang sangat besar (Lambert, p. 2). Dalam konteks kajian terdahulu dari jurnalisme olahraga (*sports journalism*), penelitian terkait dengan digitalisasi dari konten jurnalisme olahraga menjadi salah satu topik yang ditemui oleh peneliti ketika melakukan riset.

Penelitian pertama yang peneliti temukan adalah penelitian dari Perreault & Bell (2020), di mana mereka meneliti tentang bagaimana jurnalis olahraga digital di Amerika Serikat mengkonseptualisasikan peran mereka secara individu dan di dalam lapangan (Perreault & Bell, p. 2). Selain itu, Perreault & Bell (2020) juga ingin mengetahui tentang bagaimana jurnalis olahraga digital dalam penelitiannya mencoba untuk mengartikulasikan peran mereka sebagai jurnalis digital dalam kaitannya dengan para pendatang baru seperti blogger dan juga dengan rekan-rekan jurnalis lainnya dari media lama tempat mereka bekerja (Perreault & Bell, p. 7).

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Perreault & Bell (2020), mereka menemukan fakta bahwa jurnalis olahraga digital cenderung mengidentifikasi diri mereka sebagai jurnalis dengan

peran yang monitorial (Perreault & Bell, p. 9). Selain itu, Perreault & Bell (2020) juga menyebutkan bahwa begitu banyak jurnalis olahraga mengkonseptualisasikan praktik jurnalisme digital sebagai yang terpenting (p. 11). Meskipun demikian, Perreault & Bell (2020) menjelaskan bahwa jurnalis olahraga digital masih percaya bahwa konten dan praktik jurnalisme digital harus mengikuti standar praktik tradisional (Perreault & Bell, p. 13). Perreault & Bell (2020) juga menjelaskan bahwa praktik digital dalam jurnalisme olahraga sukses mengubah peran dan proses dalam distribusi pesan, di mana jurnalis saat ini berperan sebagai moderator. Kemudahan akses informasi melalui platform sosial dan online menjadikan peran jurnalis sebagai moderator di antara sumber informasi dengan audiens, dengan harapan semua yang terlibat dalam alur tersebut dapat menyesuaikan pemahaman-pemahaman yang ada dengan baik dan cepat (Perreault & Bell, p. 14).

Selain penelitian oleh Perreault & Bell (2020), peneliti juga menemukan penelitian lain yang masuk ke dalam kategori digitalisasi di bidang jurnalisme olahraga (*sports journalism*), yakni penelitian yang dilakukan oleh Kroon & Eriksson (2019) dalam artikel jurnal yang terbit di *Journalism Practice* dan berjudul *The Impact of the Digital Transformation on Sports Journalism Talk Online*. Penelitian yang dilakukan oleh Kroon & Eriksson (2019) bertujuan untuk mengidentifikasi perubahan interaksional yang terjadi dari media penyiaran ke bentuk media *online* (Kroon & Erikson, p. 835). Penelitian dari Kroon & Eriksson (2019) menyoroti perubahan yang terjadi dalam media yang disebabkan oleh adanya transformasi digital dan berusaha untuk melihat dari perspektif produser dengan perhatian tertentu pada interaksi dalam jurnalis olahraga secara daring/*online*.

Kroon & Eriksson (2019) dalam penelitiannya menjabarkan bahwa perubahan komunikasi yang terjadi berdampak pada proses penyiaran yang beradaptasi dengan gaya jauh yang lebih kasual dan santai (Kroon & Eriksson, p. 847). Meskipun demikian, salah satu informan dalam penelitiannya berpendapat bahwa gaya penyiaran di media online yang terlalu kasual dan santai dapat memberikan risiko-risiko tersendiri seperti rawan munculnya penyimpangan norma yang dapat berakibat pada kehilangan keseriusan dan kepercayaan dari penonton (Kroon & Eriksson, 2019, p. 847). Adapun menurut hasil penelitian dari Kroon & Eriksson (2019) menyebutkan bahwa gaya penyampaian yang spontan dan bersemangat dari pembawa acara olahraga dalam siaran digital mampu memberikan kesan yang ramah dan akrab di mata audiens bila dibanding dengan menonton siaran olahraga seperti biasanya (Kroon & Eriksson, p. 848).

2.1.1.3. Jurnalisme Olahraga di Kala Pandemi Covid-19

Terjadinya pandemi Covid-19 pada awal 2020 membuat semua event dan kompetisi olahraga terhenti untuk waktu yang cukup lama. Kondisi tersebut membuat media-media olahraga di seluruh dunia harus beradaptasi dengan pengelolaan konten mereka dalam redaksi. Dengan kondisi tersebut, banyak penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk melihat kondisi dari jurnalisme olahraga di sebagian besar dunia ketika kompetisi dan event olahraga harus berhenti untuk sementara karena adanya kebijakan *lockdown* di semua negara.

Penelitian pertama yang ditemukan oleh peneliti dan berkaitan dengan jurnalisme olahraga ketika pandemi Covid-19 adalah penelitian yang dilakukan oleh Hull & Romney (2020) dalam artikel jurnal yang berjudul "*It Has Changed Completely*": *How Local Sports Broadcasters Adapted to No Sports*. Hull & Romney (2020) melakukan penelitian dengan tujuan untuk melihat bagaimana

bentuk perubahan pola kerja dan rutinitas harian dari penyiar olahraga lokal di Amerika Serikat akibat dari adanya Covid-19 *outbreak*. Dari penelitian yang dilakukan, Hull & Romney (2020) menyebutkan bahwa jurnalis olahraga yang menjadi informan penelitiannya tetap bekerja di stasiun televisi tempat mereka bekerja tanpa adanya pegawai yang di-PHK ataupun mendapatkan pemotongan upah, tetapi mereka mengalami perubahan tugas dan pekerjaan, seperti melakukan beberapa kegiatan reportase berita dari rubrik lain disamping mengerjakan tugas utama mereka dalam bidang olahraga (Hull & Romney, p. 497).

Akibat dari hadirnya pandemi Covid-19 membuat media-media dari yang diteliti oleh Hull & Romney (2020) menugaskan karyawan-karyawannya untuk bekerja dari rumah (*work from home*), tetapi sebagian dari responden disebut oleh mereka tetap hadir ke kantor untuk bekerja dan tidak sepenuhnya mengerjakan pekerjaan mereka dari rumah. Menurut Hull & Romney (2020), tantangan langsung yang dihadapi oleh informan ketika diminta untuk bekerja secara *remote* dari rumah adalah mereka harus merubah beberapa bagian dari rumah mereka menjadi tempat produksi & *shooting* yang layak (Hull & Romney, p. 497). Selain itu, informan merasakan tantangan dalam melakukan produksi akibat pandemi, di mana mereka tidak dapat berinteraksi secara langsung dengan narasumber mereka. Karena tidak dapat melakukan wawancara secara langsung, Hull & Romney (2020) menyebutkan bahwa penggunaan layanan telekonferensi berupa Skype & ZOOM Meeting membantu proses reportase dan produksi yang dilakukan oleh jurnalis olahraga (Hull & Romney, p. 497 – 498). Menurut mereka, layanan telekonferensi yang digunakan dianggap lebih memudahkan jurnalis olahraga untuk mempercepat pengunduhan materi wawancara dan berpindah ke proses editing (Hull & Romney, 2020, p. 498).

Mayoritas dari responden melaporkan bahwa mereka tetap memproduksi segmen dan program olahraga di stasiun televisi tempat mereka bekerja, meskipun sedang tidak ada pertandingan olahraga, berita, dan informasi yang mengejutkan. Hull & Romney (2020) menyebutkan bahwa beberapa cerita yang diangkat oleh responden pada masa awal pandemi lebih banyak mengandung elemen *human interest* dan dapat melintas antara konten berita umum dan berita olahraga (p. 499). Beberapa responden dari media besar memiliki keuntungan untuk menayangkan beberapa tayangan olahraga yang sudah lampau untuk ditayangkan kembali, yang tidak dimiliki oleh beberapa responden dari media-media kecil di Amerika Serikat (Hull & Romney, 2020, p. 498).

Penelitian lain yang mirip dengan penelitian dari Hull & Romney (2020) dan juga membahas tentang kondisi jurnalisme olahraga saat pandemi Covid-19 adalah penelitian yang dilakukan oleh Sadri et al. (2021) yang berjudul *Sports Journalism Content When No Sports Occur: Framing Athletics Amidst the COVID-19 International Pandemic*. Penelitian yang dilakukan oleh Sadri et al. (2021) bertujuan untuk meneliti bagaimana media olahraga di Amerika Serikat membangun cara dalam *bercerita* pada sebuah konten berita ketika tidak ada kompetisi olahraga yang bisa diliput karena harus berhenti akibat pandemi Covid-19 (Sadri et al., p. 494). Dari yang ditemukan oleh Sadri et al. (2021) melalui proses analisis isi terhadap 800 artikel berita olahraga sejak Maret – Mei 2019 dan Maret – Mei 2020, topik terkait dengan kesehatan dan juga keselamatan menjadi fokus pemberitaan utama dari media-media olahraga di Amerika Serikat (Sadri et al., p. 507). Sadri et al. (2021) menyebutkan bahwa terjadi pergeseran *framing* pemberitaan yang signifikan pada musim semi 2020 (Maret-Mei) menjadi topik-topik yang berkaitan dengan kesehatan dan dampak dari pandemi Covid-19 (p.508).

Penelitian yang dilakukan oleh Sadri et al. (2021) juga memaparkan fakta bahwa posisi dari jurnalisme olahraga dalam *desk* redaksi di Amerika Serikat saat pandemi mengalami perubahan dari yang sebelumnya dianggap sebagai “*toy department*” menjadi sebuah *desk* yang vital di redaksi. Sadri et al. (2021) menyebutkan bahwa audiens yang membaca kolom olahraga akan mendapatkan informasi yang berkaitan dengan tindakan pencegahan, gejala-gejala dan rumah sakit yang bisa didatangi apabila terinfeksi virus Covid-19 (p. 509). Hal lain yang dapat disimpulkan dari penelitian Sadri et al. (2021) adalah hadirnya pandemi Covid-19 yang mendisrupsi aktivitas dalam media memaksa mereka untuk membentuk kembali ekosistem media yang baik sekaligus memerangi penyebaran informasi yang salah (*hoax*, disinformasi & misinformasi). Kondisi pandemi Covid-19 yang menciptakan realitas baru dan “*new normal*” memaksa organisasi berita dan media untuk mengevaluasi kembali prioritas mereka sebagai *storyteller*, termasuk media olahraga, dalam menyesuaikan diri dengan kondisi dan prioritas yang baru (Sadri et al., 2021, p. 511).

Rujukan penelitian terakhir yang membahas kondisi pandemi Covid-19 dan dampaknya terhadap jurnalisme olahraga adalah penelitian yang dilakukan oleh Gentile et al. (2022) yang berjudul *Sports Journalism's Uncertain Future: Navigating the Current Media Ecosystem in the Wake of the COVID-19 Pandemic*. Penelitian yang dilakukan oleh Gentile et al. (2022) mencoba untuk melihat dampak dari pandemi di Amerika Serikat terhadap peran dan rutinitas dari jurnalis olahraga di sana dalam menjalankan aktivitasnya dan juga melihat pengalaman dari jurnalis olahraga Amerika Serikat ketika menghadapi perubahan dari tidak adanya siaran langsung olahraga (Gentile et al., 2022, p.2).

Hasil penelitian dari Gentile et al. (2022) menyebutkan bahwa partisipan merasa penurunan dari pendapatan iklan dan kurangnya aktivitas di ruangan secara fisik akibat dari pandemi Covid-19 menjadi tantangan signifikan yang dihadapi oleh jurnalis-jurnalis olahraga Amerika Serikat serta juga mereka merasa bahwa pandemi menjadi katalis “diam-diam” yang dapat merubah infrastruktur dari ruang redaksi (p. 13). Gentile et al. (2021) juga berpendapat bahwa penggunaan dari layanan telekonferensi seperti ZOOM dan Skype menjadi sebuah norma baru dalam jurnalisme olahraga, yang di mana memerlukan kemampuan beradaptasi demi menghasilkan kesuksesan yang berkelanjutan. Pemanfaatan inovasi teknologi dalam pasar media saat ini sudah menjadi kewajiban dalam jurnalisme olahraga, di mana pandemi hanya membantu mempercepat proses yang sudah terjadi (p.14). Partisipan dalam penelitian dari Gentile et al. (2022) berpendapat bahwa ada kemungkinan yang tetap bagi teknologi konferensi video seperti ZOOM akan memiliki dampak jangka panjang pada akses di masa depan pada media olahraga, di mana penerapan ZOOM sebagai pengganti dari wawancara secara langsung dapat digunakan sebagai penjaga untuk lebih membatasi siapa yang dapat berbicara dengan tim, kapan berinteraksi, dan untuk seberapa lama (Gentile et al., 2022, p. 14).

Penelitian ini menyebutkan bahwa partisipan menemukan adanya kesepakatan bahwa pandemi memperbesar pentingnya dari jurnalisme olahraga. Jurnalisme olahraga kerap dikritik karena kurangnya ketelitian dan substansi sehingga seringkali disebut sebagai “toy department” atau “departemen mainan” (Gentile et al., 2022; Rowe, 2007), tetapi dari penelitian yang dilakukan memperlihatkan bahwa jurnalis olahraga diberi kesempatan untuk menggali cerita jauh ke dalam pentingnya olahraga bagi masyarakat (p. 14). Menurut Gentile et al. (2022), jurnalisme olahraga yang

memiliki gagasan “berpegang teguh pada olahraga” saat ini telah bergeser ke jurnalisme olahraga yang memiliki kaitan dengan masalah sosial (Gentile et al., 2022).

Studi yang dilakukan oleh Gentile et al. (2022) menunjukkan bahwa masa depan dari jurnalisme olahraga masih abu-abu dikarenakan para pakar dalam media masih berusaha untuk menavigasikan medan media yang sulit kedepannya (p. 16). Partisipan dalam penelitian ini menyebutkan bahwa pandemi Covid-19 dapat mempercepat kenyataan yang akan muncul kedepannya, seperti banyaknya pekerjaan yang hilang, akses menuju narasumber yang semakin sulit untuk didapat, dan terdapat beberapa protokol baru pada pekerjaan yang diterapkan sekarang akan tetap ada untuk selamanya (Gentile et al., 2022, p. 16). Gentile et al. (2022) juga melihat bahwa jurnalis olahraga perlu untuk beradaptasi dengan kondisi *new normal*, seperti menggunakan telekonferensi video sebagai metode untuk berkomunikasi dengan narasumber, untuk mengembangkan pekerjaan mereka dalam ekosistem media yang akan terus berkembang (p. 16).

2.1.2. Penerapan Konsep *Community of Practice* dalam Media

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan konsep dari *Community of Practice* yang dipopulerkan oleh Wenger pada 1998. Oleh sebab itu, peneliti juga menghimpun beberapa rujukan penelitian terdahulu tentang *community of practice* yang menggunakan praktik dalam jurnalisme menjadi objek penelitiannya.

Penelitian pertama yang ditemukan oleh peneliti yang berkaitan tentang konsep *community of practice* (CoP) dengan penerapannya dalam media adalah penelitian yang dilakukan oleh Salzmann et al. (2021) yang mengkaji praktik dari *community of practice* di dalam kelompok komunitas jurnalis di bidang *mobile journalism* secara global.

Salzmann et al. (2021) melakukan wawancara dan observasi secara langsung kepada jurnalis-jurnalis yang menghadiri sebuah konferensi dari komunitas jurnalis mojo yang bertajuk *Mobile Journalism Conference* (MoJoCon) di Irlandia (Salzmann et al., p. 624). Selain melakukan wawancara dan observasi secara langsung, Salzmann et al. (2021) juga melakukan observasi langsung melalui interaksi yang terjadi dalam grup publik di Facebook *Mojofest Community* dan juga wawancara secara daring melalui Skype (p. 624).

Hasil yang ditemukan oleh Salzmann et al. (2021) dalam penelitiannya adalah komunitas jurnalis mojo tersebut dibentuk berdasarkan motivasi dari rasa kekecewaan dan frustrasi yang dimiliki oleh para jurnalis mojo. (Salzmann et al., p. 626). Mereka kecewa akibat rasa antusias mereka terhadap pekerjaan mereka sebagai jurnalis mojo kurang dihargai di lingkungan media tempat mereka bekerja. Mereka membentuk komunitas perkumpulan jurnalis-jurnalis mojo yang lebih besar dari lingkungan kantor tempat mereka bekerja, di mana komunitas tersebut dibentuk oleh pendiri mereka dengan harapan komunitas itu menjadi tempat bagi orang-orang yang memiliki pemikiran dan minat yang sama dengan mereka. Salzmann et al. (2021) menyebutkan bahwa komunitas jurnalis mojo tersebut menjadi tempat bagi para anggota komunitas, baik itu jurnalis mojo atau bukan, untuk belajar dan juga berbagi pengetahuan secara kolektif di dalamnya (Salzmann et al., 2021, p. 626).

Selain itu, Salzmann et al. (2021) juga menemukan alasan dari anggota komunitas ini mau untuk bergabung ke dalam komunitas jurnalis mojo (Salzmann et al., p. 629). Terdapat empat alasan utama yang mendasari anggota dalam komunitas untuk bergabung, yakni: (1) kebutuhan akan rasa memiliki dan kesatuan dengan rekan-rekan yang memiliki pemikiran terbuka dalam komunitas, (2) merasakan perlawanan terhadap jurnalisme *mobile* / mojo dari redaksi-redaksi TV tradisional yang ada di Barat, (3) kebutuhan akan orientasi dan pengetahuan

tambahan terkait jurnal *mobile*, serta dukungan dari anggota lain dalam kelompok komunitas dan (4) perlindungan keberlanjutan terhadap pekerjaan yang dilakukan sekarang (Salzmann et al., 2021, p. 629). Adapun menurut penelitian dari Salzmann et al. (2021), para informan dalam penelitian tersebut merasakan ada sikap saling memiliki seperti sebuah keluarga ketika sedang berada di dalam kelompok komunitas jurnalis *mojo* (Salzmann et al., p. 629). Selain itu, para informan dalam penelitian Salzmann et al. (2021) mengungkapkan bahwa mereka ingin tahu perkembangan dari pengembangan sebuah teknologi, sehingga mereka ingin bergabung dalam komunitas kelompok jurnalis *mojo* untuk belajar lebih banyak (p. 631).

Hal lain yang ditemukan oleh Salzmann et al. (2021) adalah terdapat pertemuan dan konferensi dalam komunitas yang diselenggarakan secara rutin dan berbentuk tatap muka. Tujuan dari pertemuan dan konferensi tersebut dibentuk adalah untuk memperkuat ikatan dan relasi antar anggota dalam komunitas tersebut (p. 627). Selain itu, terdapat interaksi sosial yang terjalin dalam komunitas secara bersamaan baik melalui ruang fisik dan digital, sehingga komunitas jurnalis *mojo* ini dikategorikan oleh Salzmann et al. (2021) sebagai komunitas *hybrid* (Salzmann et al., 2021, p. 627).

Salzmann et al. (2021) juga menemukan bahwa kelompok ini menarik perhatian dari banyak kalangan di luar jurnalis *mojo*, seperti konten kreator & pakar komunikasi, produser peralatan periklanan, pengembang aplikasi *mojo*, peneliti, pendidik, dan siswa, meskipun pada awalnya kelompok ini dibentuk oleh jurnalis *mojo* profesional (p. 627). Adapun tingkat partisipasi dalam kelompok tersebut terbagi menjadi 3 level, di mana level pertama terdiri dari sirkel pendiri komunitas, kemudian diikuti di level kedua oleh member aktif dan level ketiga oleh member pasif (Salzmann et al., 2021, p. 627 - 628).

Berdasarkan data yang telah dihimpun dalam penelitian oleh Salzman et al. (2021), kelompok pendiri grup adalah kelompok yang sangat aktif, di mana mereka aktif dalam menggelar diskusi terbuka dan menginisiasi proyek untuk dikerjakan dalam komunitas. Sementara itu kelompok kedua yang terdiri dari anggota-anggota yang aktif menghadiri pertemuan rutin yang diselenggarakan dan tergabung dalam aktivitas-aktivitas yang disusun oleh kelompok pendiri grup, hanya saja tingkat keaktifan mereka tidak setinggi dari kelompok pendiri grup. Terakhir adalah kelompok ketiga yang terdiri dari anggota-anggota kelompok yang pasif dan lebih mengemban peran sebagai observer dalam komunitas, dan tipikal ini adalah tipikal yang menjadi mayoritas dalam kelompok komunitas jurnalis mojo tersebut. (Salzman et al., 2021, p. 627-628).

Selain penelitian yang dilakukan oleh Salzman et al. (2021), peneliti juga menemukan referensi penelitian lain pada media yang berkaitan dengan konsep *community of practice*. Penelitian kedua merupakan penelitian yang dilakukan oleh Davier (2022) dalam artikel jurnal dari *The Journal of Specialised Translation* yang bertajuk "*People have probably offered to buy me a dictionary 20 times since I've been here*": Risk management within a community of journalists in francophone Canada. Davier (2022) meneliti tentang strategi manajemen resiko yang dikembangkan oleh jurnalis dari redaksi Ici Radio-Canada sebagai bagian dari *community of practice* dan menyelidiki strategi yang digunakan terkait dengan konsepsi jurnalis terhadap bahasa (Davier, p. 35).

Dari penelitian yang dilakukan, Davier (2022) menemukan bahwa terdapat penerapan dari konsep *community of practice* dalam redaksi media yang diteliti, di mana permasalahan yang menjadi isu bersama dalam kelompok tersebut adalah cara dari jurnalis di Ici Radio-Canada dalam membuat berita-berita berbasis bahasa Inggris dan kemudian menerjemahkannya ke dalam bahasa Prancis, di mana terdapat risiko bahwa ada kesalahan penerjemahan yang bisa terjadi dan memengaruhi

kredibilitas berita tersebut sembari redaksi dituntut untuk dapat bergerak cepat dalam memuat konten berita (p. 36).

Dari yang ditemukan oleh Davier (2022), terdapat proses transfer ilmu di antara jurnalis di Ici Radio-Canada, di mana jurnalis-jurnalis senior atau jurnalis yang ahli dalam kedua bahasa tersebut (Inggris & Prancis) membantu jurnalis junior yang merupakan koleganya untuk memastikan terjemahan transkrip yang telah dikerjakan oleh mereka sudah benar bahasanya (p. 45). Selain itu, Davier (2022) menyebutkan bahwa partisipan dalam penelitiannya cenderung lebih memilih untuk berdiskusi dengan rekan jurnalisnya yang lain dalam kantor apabila mereka memiliki pertanyaan yang perlu segera untuk dijawab (Davier, p. 43). Davier (2022) menyebutkan bahwa kerangka teori dari *community of practice* menempatkan penekanan pada jurnalis yang ada di dalam Ici Radio-Canada terkait pentingnya kolaborasi dalam organisasi tempat mereka bekerja, alih alih lebih mengutamakan keterampilan dan keputusan dari individu (p. 49).

Adapun peneliti menemukan salah satu penelitian terdahulu terkait dengan media dan kaitannya dengan konsep *community of practice*, dan penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini. Adalah penelitian yang dilakukan oleh Hutchins & Boyle (2017) yang mencoba untuk meneliti tentang perubahan-perubahan yang terjadi dalam kelompok jurnalis olahraga ketika sedang melakukan liputan (Hutchins & Boyle, p. 497). Hutchins & Boyle menggunakan konsep *community of practice* untuk mengidentifikasi proses penting di mana para jurnalis yang diteliti berusaha untuk memahami dan menempatkan peran mereka ke dalam kondisi sosial, ekonomi dan teknologi yang berubah-ubah dan menentukan pengalaman kerja mereka selama menjadi jurnalis. (Hutchins & Boyle, 2017, p. 497). Dalam penelitian ini, Hutchins & Boyle (2017) melakukan wawancara mendalam dan semi terstruktur dengan 10

praktisi dalam media olahraga, di mana lima informan dari Australia dan lima sisanya berasal dari Skotlandia (Hutchins & Boyle, p. 498).

Dari penelitian yang dilakukan oleh Hutchins & Boyle (2017), jurnalis olahraga disebut berjuang dalam menghadapi beberapa tantangan dan tekanan yang didapat, seperti berkurangnya sumber daya jurnalis dalam redaksi, tekanan waktu yang begitu gila, kebutuhan memproduksi berita untuk berbagai platform media, munculnya produksi konten otomatis dan meningkatnya persaingan dari agregator konten dan juga spesialis media sosial (Hutchins & Boyle, p. 499). Hutchins & Boyle (2017) menambahkan, popularitas dan banyaknya jumlah jadwal dari acara-acara olahraga yang menjamin pekerjaan dari jurnalis olahraga justru menimbulkan beban tersendiri ketika mereka diharapkan untuk dapat meliput begitu banyak acara olahraga tersebut dengan sumber daya dalam waktu yang terbatas dan output di dua atau lebih platform media (p. 4). Perubahan lain yang ditemui oleh Hutchins & Boyle (2017) dalam penelitiannya adalah jurnalis dan media olahraga juga harus beradaptasi menghadapi perubahan di media sosial dan bentuk komunikasi secara *real-time* untuk menyampaikan berita-berita olahraga (p. 500).

Penelitian dari Hutchins & Boyle (2017) juga menyebutkan bahwa produser berita olahraga saat ini juga harus mau memikirkan bagaimana gaya presentasi dari sebuah konten berita untuk diakses oleh audiens di masa sekarang dan masa depan (Hutchins & Boyle, p. 502). Penggunaan model berita *longform* juga diyakini dari penelitian Hutchins & Boyle (2017) tidak akan dilirik oleh pembaca berita via *handphone* masing-masing (p. 502). Tantangan tersendiri yang dihadapi oleh jurnalis olahraga saat ini adalah bagaimana mereka mampu untuk beradaptasi dalam membuat sebuah *lead* berita yang dapat merangkum momen-momen kunci yang terjadi di arena lapangan (Hutchins & Boyle, 2017, p. 503). Selain itu, tantangan lain yang dihadapi oleh jurnalis olahraga menurut Hutchins & Boyle (2017) dalam penelitiannya adalah kemampuan untuk melakukan

reportase melalui media *handphone* serta kemampuan untuk multitasking (p. 503). Dari hasil yang didapat dalam penelitiannya, Hutchins & Boyle (2017) menyimpulkan bahwa perubahan yang terjadi dalam lingkungan media olahraga berjalan begitu kompleks dan penuh dengan ketidakpastian bila dibandingkan dengan masa satu dekade silam (Hutchins & Boyle, p. 508).

2.2 Jurnalisme Olahraga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, jurnalisme memiliki arti sebagai pekerjaan mengumpulkan dan menulis berita di media massa cetak atau elektronik. Bila dikaitkan dengan konteks olahraga, maka secara harfiah jurnalisme olahraga berarti pekerjaan mengumpulkan dan menulis berita tentang olahraga yang disebarluaskan melalui media.

Menurut Kurnia (2017), jurnalisme olahraga berkaitan dengan kebutuhan masyarakat akan gaya hidup sehat dan rekreasi (p. 19). Selain mendorong minat dari audiens untuk berolahraga, tontonan dan pemberitaan olahraga juga memberikan hiburan di sela-sela waktu luang dari keseharian masyarakat (Kurnia, 2017, p.19). Kurnia (2017) menambahkan, jurnalisme olahraga saat ini lebih merepresentasi kebutuhan untuk masyarakat yang sudah jenuh dengan perkembangan berita yang dianggap negatif.

Seperti dengan berita dari *desk* lain, berita olahraga juga memiliki karakteristik nilai beritanya tersendiri. Menurut Stofer et al. (2010), jurnalis olahraga sebagai pencerita tidak hanya menginformasikan siapa yang menang & kalah atau berapa skor pertandingan, tetapi harus juga berfokus pada bagaimana antar orang dalam dunia olahraga berinteraksi untuk mencapai tujuan yang dicapai dan dapat mendeskripsikan secara mendetail untuk menyesuaikan *event* dengan kehidupan nyata (p. 134). Spiller (dalam Stofer et al., 2010) menjabarkan bahwa dalam berita olahraga terdapat beberapa nilai berita tertentu, yakni nilai *conflict*, *timeliness*, *prominence*, *proximity*, *consequence / impact*, *human interest* dan *unusual*.

Nilai *conflict* pada berita olahraga menurut Spiller (2010) mengacu pada persaingan yang melibatkan dua atau lebih dari kontestan dalam kompetisi yang pada akhirnya hanya memunculkan satu buah pemenang dari kompetisi tersebut (Stofer et al., p, 135). Pemberitaan berita olahraga yang mengandung nilai *conflict* di dalamnya dapat meliputi beberapa poin seperti gaya permainan individu atau tim, momentum kekalahan yang menyakitkan dan dramatis dari individu atau tim dan kemenangan dari individu atau tim yang memacu adrenalin semua orang (Stofer et al., 2010, p. 135).

Sementara itu Spiller (2010) menjelaskan bahwa nilai *timeliness* pada berita olahraga merujuk pada ketepatan waktu dari berita tersebut ketika sudah diterbitkan dan disiarkan kepada publik (p. 136). Spiller (2010) menambahkan bahwa nilai aktualitas atau *timeliness* pada berita olahraga relevan dengan platform media apa menyajikan berita tersebut (Stofer et al., p. 136). Nilai *timeliness* berita olahraga pada media cetak bergantung pada kapan cetakan terbaru itu diluncurkan kembali. Sementara pada media penyiaran seperti televisi, nilai *timeliness* berita olahraga dapat dinilai dari hadirnya siaran liputan langsung, siaran berita selanjutnya, atau bahkan melalui *breaking news*. Terakhir pada media *online*, nilai *timeliness* berita olahraga bersifat secara langsung dan juga *real-time*, dimana pembaruan informasi dapat terjadi sesering mungkin ketika informasi baru itu tersedia (Stofer et al., 2010, p. 136).

Nilai lainnya, *prominence* atau kepentingan menurut Spiller (2010) merujuk kepada siapa tokoh penting yang ada di dalam berita olahraga tersebut (p. 139). Selanjutnya, Spiller (2010) menjelaskan bahwa nilai *proximity* atau kedekatan mengarah pada kedekatan tempat, waktu, dan bisa juga merujuk pada faktor geografis atau emosional (p. 139). Sementara itu, Spiller (2010) menjelaskan bahwa nilai *consequence / impact* merujuk pada bagaimana konsekuensi dari suatu kebijakan yang diberitakan oleh media olahraga diukur terhadap dampak dari suatu tindakan atau perubahan dari

sejumlah orang dan kalangan (p. 140). Cerita yang mengandung nilai ini, menurut Spiller (2010), menjelaskan dampak yang terjadi sehingga orang-orang akan memahami apa artinya bagi mereka yang terdampak (Stofer et al., p. 140).

Sementara itu, Spiller (2010) menjelaskan nilai *human interest* dalam berita olahraga berusaha untuk mengisi rasa penasaran yang alamiah dari masyarakat luas tentang tokoh olahraga seperti atlet, pelatih, klub, dll. Biasanya, konten-konten jurnalisme olahraga yang mengandung nilai *human interest* diharapkan didapat oleh audiens ketika sedang mengakses tentang profil dan sisi lain tokoh olahraga dalam bentuk berita *feature* (Stofer et al., 2010, p. 142). Nilai terakhir, *unusual* didefinisikan oleh Spiller (2010) sebagai suatu nilai dalam berita olahraga ketika terdapat kejadian dalam pertandingan yang tidak biasa, unik, dan sebelumnya tidak pernah terjadi, terjadi pada pertandingan tersebut (Stofer et al., p. 143).

Table 1 - News Value dalam Berita Olahraga

<i>News Value</i>	Kriteria Pendukung
<i>Conflict</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Siapa yang bermain dalam pertandingan itu? - Siapa yang memenangkan pertandingan itu? - Apakah ada yang cedera dari pertandingan itu? - Apakah terdapat konflik pribadi dalam pertandingan itu? - Adakah peraturan yang dilanggar dalam pertandingan itu?
<i>Timeliness</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kapan pertandingan itu terjadi? - Kapan audiens akan mengetahui cerita tersebut? - Kapan waktu tenggat waktu dari cerita tersebut? - Apakah audiens mengetahui subjek dalam cerita sebelumnya? - Apakah ada informasi baru atau <i>update</i> dari informasi sebelumnya?
<i>Prominence</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Akankah orang mengenali nama dari orang atau tim yang disebut dalam cerita? - Apakah orang atau peristiwa tersebut dikenal luas secara lokal, nasional atau internasional? - Apakah kompetisi atau penghargaan tersebut secara umum diakui dan dihormati oleh banyak orang?

<i>Proximity</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Apakah acara tersebut berlangsung dekat dengan kawasan tempat tinggal mereka? - Apakah orang-orang dari suatu daerah diketahui oleh audiens dari daerah tersebut? - Apakah penonton memiliki hubungan emosional dengan cerita yang menyangkut tim/individu dari daerah tersebut terjadi di tempat lain?
<i>Consequence / Impact</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Apa yang akan berubah sebagai akibatnya? - Berapa banyak orang yang akan terdampak? - Apakah tindakan ini akan menghasilkan perubahan hukum, finansial, emosional, atau etis bagi atlet, tim, atau penggemar?
<i>Human Interest</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Apakah cerita ini menyentuh hati? - Apakah cerita ini tentang trauma atau kemenangan emosional pribadi? - Apa yang telah diatasi oleh atlet dari keluarga yang dikorbankan? - Bagaimana seorang atlet atau pelatih menghabiskan waktu di luar pekerjaan atau olahraga?
<i>Unusual</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Apakah cerita ini di luar dari kebiasaan dalam lingkup olahraga? - Apakah kejadian ini jarang atau bahkan tidak pernah terjadi sebelumnya?

Sumber: Spiller (Stofer et al., 2010, p. 135 - 144) // Olahan Peneliti

Boyle (2006) menyebutkan bahwa jurnalisme olahraga dalam banyak hal tetap menjadi sebuah paradoks (Boyle, p. 1). Ada argumen terkait jurnalisme olahraga yang menyebutkan bahwa dalam hierarki profesional pada sebuah redaksi di media, *desk* atau kanal olahraga sering dipandang sebagai “*toy department*” atau departemen mainan dalam redaksi. Selain itu, jurnalisme olahraga juga sering dianggap sebagai jurnalisme yang mudah digunakan bagi jurnalisnya untuk bertahan hidup, jurnalisme yang ceroboh & berantakan, dan kumpulan dari *softnews* (Boyle, 2006, p. 1). Adapun sebutan “*toy department*” itu disematkan ke *desk* olahraga dalam redaksi karena jurnalis yang ada di dalam sana sering dianggap sebagai *fans* olahraga yang menyambi bekerja menulis berita olahraga (Bradshaw & Minogue, 2020, p. 5). McEnnis pada 2017

menambahkan bahwa perspektif terkait jurnalisme olahraga sebagai “*toy department*” dapat didasarkan pada persepsi bahwa jurnalisme olahraga itu sendiri dekat dengan fandom, di mana jurnalis olahraga itu sendiri terkait erat ke dalam minat dan pandangan terhadap penggemar itu sendiri (Bradshaw & Minogue, 2020, p. 66). Namun, Boyle (2006) menyebutkan bahwa, dalam konteks jurnalisme olahraga di Inggris, jurnalisme olahraga memiliki *value* tersendiri dan selalu berarti bagi surat kabar dan juga pers secara komersial (Boyle, 2006, p. 1).

Lambert (2019) menjelaskan bahwa jurnalisme olahraga saat ini dituntut untuk dapat bergerak cepat dan bisa memenuhi kebutuhan dari fans olahraga sebagai target audiens dari jurnalisme olahraga berupa informasi hasil pertandingan olahraga yang telah berjalan. Dari sisi audiens, mereka berharap untuk mendapatkan informasi yang disampaikan oleh jurnalis sesegera mungkin dengan tujuan untuk mendiskusikan kembali informasi tersebut dalam kalangan fans mereka (Lambert, 2019, p. 2). Di era digital saat ini, Lambert (2019) menggambarkan jurnalisme olahraga ke dalam beberapa karakteristik seperti berikut (Lambert, p. 6 – 7):

- Topik olahraga saat ini menjadi salah satu topik pembicaraan sehari-hari dalam masyarakat.
- Liputan jurnalisme olahraga dapat menjadi “laboratorium” bagi jurnalis untuk bereksperimen dengan gaya *storytelling* yang baru.
- Liputan jurnalisme olahraga banyak menggunakan data-data pendukung dalam konten-konten yang diproduksi.
- Jurnalis olahraga merasakan hal yang menyenangkan ketika melakukan liputan olahraga.
- Jurnalis olahraga memilih untuk meliput topik yang memiliki nilai ekonomis & politik tinggi.

Jurnalisme olahraga di era digital saat ini mengalami beberapa perkembangan dalam praktiknya, salah satunya adalah aktivitas *live blogging* ketika pertandingan olahraga berlangsung. Menurut Lambert

(2019), jurnalis olahraga saat ini diekspektasi oleh audiens dari jurnalisisme olahraga untuk melaporkan kejadian dari event olahraga secara langsung, baik itu melalui *live blogging* (laporan per menit secara langsung melalui blog) atau melalui cuitan akun Twitter. Lambert (2019) menyebutkan bahwa kegiatan *live blogging* bermanfaat bagi audiens dari konten-konten jurnalisisme olahraga atau *sports journalism* secara luas. Aktivitas *live blogging* oleh jurnalis olahraga bertujuan untuk menjangkau audiens yang mungkin memiliki kesibukan tersendiri sehingga terpaksa harus mau mengikuti siaran kegiatan olahraga melalui kabar menit demi menit dari jurnalis olahraga (Lambert, p. 59).

Salah satu hal baru yang muncul akibat dari perkembangan jurnalisisme olahraga adalah hadirnya *the club journalist* atau jurnalis resmi klub. Lambert (2019) menjelaskan bahwa istilah dari *club journalist* merupakan sebuah frasa yang baru dalam jurnalisisme olahraga, di mana istilah tersebut merujuk kepada jurnalis-jurnalis olahraga yang bekerja di dalam sebuah klub olahraga. Menurut Lambert (2019), tugas dari jurnalis dalam sebuah klub olahraga adalah mewartakan perkembangan terbaru yang terjadi dalam klub tersebut, seperti pergantian dalam skuad atau manajer dalam tim, kesepakatan kerjasama sponsor baru dalam tim, persiapan tim sebelum kompetisi, dll (Lambert, p. 125). Selain itu, jurnalis olahraga yang bekerja dalam sebuah klub bertugas untuk membuat konten-konten jurnalisisme yang dapat menarik perhatian dan interaksi dari fans klub tersebut sebagai target audiens (Lambert, 2019, p. 125).

Dalam konteks di Indonesia, kanal berita dalam jurnalisisme olahraga terbagi menjadi beberapa kanal berdasarkan cabang olahraga yang biasa diliput oleh media-media, seperti sepak bola internasional, sepak bola Indonesia, bulu tangkis, otomotif (MotoGP & Formula 1), dan cabang olahraga atletik. Karena adanya kanal-kanal tersebut, maka jurnalis olahraga di Indonesia akan ditugaskan untuk meliput satu atau beberapa cabang tertentu sebagai bidang kerja mereka. Adapun berdasarkan hasil interaksi

dan observasi yang dilakukan bersama dengan informan, jurnalis olahraga di Indonesia akan dirolling dalam beberapa periode sekali untuk ditugaskan pada kanal yang berbeda.

2.3 *Community of Practice*

Konsep *Community of Practice* pertama kali diperkenalkan secara detail oleh Wenger (1998) melalui bukunya yang berjudul *Communities of Practice: Learning, Meaning & Identity*. Namun, istilah ini pertama kali muncul dalam karya ilmiah Wenger & Lave (1991) yang berjudul *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*.

Wenger (1998) mendefinisikan *community of practice* sebagai sekelompok orang yang berbagi perhatian dan minat untuk sesuatu yang mereka lakukan dan kemudian belajar bagaimana mereka melakukan kegiatan tersebut dengan lebih baik ketika berinteraksi secara teratur di dalam kelompok tersebut (Wenger, p. 45; Wenger-Trayner, 2022, p. 11; McDonald & Cater-Steel, 2017, p. 3). *Community of Practice* dibentuk oleh orang-orang di dalam sebuah kelompok domain yang memiliki keinginan untuk saling berbagi pengetahuan dan belajar hal-hal baru terkait apa yang diminati (Wenger-Trayner, 2022, p. 11).

Dalam konsep *Community of Practice*, Wenger (Wenger-Trayner, 2022) menyebutkan terdapat 3 unsur utama yang membentuk konsep dari *Community of Practice*, yaitu *Domain*, *Community*, dan *Practice* (p. 12 – 13). Adapun ketiga konsep tersebut merupakan pembaharuan istilah yang lebih sederhana oleh Wenger (McDonald & Cater-Steel, 2017) dari temuan terdahulunya, yakni *mutual engagement*, *joint enterprise*, dan *shared repertoire* (p. 9). Mercieca (McDonald & Cater-Steel, 2017) menyebutkan bahwa ketiga unsur tersebut berkaitan dengan jelas dan bekerja sama untuk menciptakan komunitas belajar yang dinamis dalam kelompok (p. 12).

A. **Domain**

Wenger-Trayner (2022) mendefinisikan domain sebagai bagian dari *community of practice* yang berfokus pada sesuatu yang dapat diidentifikasi dan dipedulikan oleh anggota dalam kelompok komunitas, daripada mandat dari atasan ke bawah (*top-down mandate*) (Wenger-Trayner, p. 12). Sementara itu Mercieca (2017) menjelaskan bahwa domain merupakan bagian awal dari konsep *community of practice* yang memotivasi orang-orang yang memiliki perhatian atau minat yang sama untuk berkumpul (McDonald & Cater-Steel, p. 10). Domain menjadi inti dari konsep *community of practice*, di mana elemen inilah yang membuat kelompok CoP dapat tetap fokus dan memastikan relevansinya dari waktu ke waktu (McDonald & Cater-Steel, 2017, p. 10). Oleh sebab itu, Wenger-Trayner (2022) menyebutkan bahwa hal pertama yang harus dipertimbangkan dalam sebuah domain pada CoP adalah adanya area kemampuan yang dapat menyatukan komunitas, pemahaman akan identitas dalam kelompok, serta kemampuan untuk menentukan isu-isu utama yang dapat ditangani secara bersama oleh para anggota (Wenger-Trayner, p. 12).

B. Community

Menurut Wenger-Trayner (2022), komunitas menjadi faktor yang memengaruhi kemampuan dari sebuah *community of practice* untuk berkembang maju, di mana suatu kelompok CoP bergantung kepada partisipasi dari anggota dalam kelompok dan hubungan yang berkembang antar anggota dalam kelompok dari waktu ke waktu seperti kepercayaan (*trust*), dukungan (*support*), dan komitmen (*commitment*) (Wenger-Trayner, p. 13). Sedangkan Mercieca (2017) menyebutkan bahwa komunitas dalam konsep *community of practice* pada dasarnya merupakan tentang hubungan dan langkah-langkah khusus yang perlu ditetapkan untuk memastikan bahwa relasi dan hubungan antar anggota dalam

komunitas dapat terus dipupuk (McDonald & Cater-Steel, p. 10). Wenger (dalam kutipan dari McDonald & Cater-Steel, 2017) menekankan bahwa meskipun anggota komunitas dalam CoP perlu berinteraksi dan terhubung secara rutin, tetapi mereka tidak perlu untuk bertemu secara rutin tiap minggu atau bahkan tiap hari agar komunitas CoP dapat berkembang (p. 11).

C. Practice

Dalam *community of practice*, elemen *practice* merujuk pada kemampuan anggota dari komunitas CoP dalam memahami tuntutan, tantangan, dan konteks dari pekerjaan mereka dengan pembelajaran yang didapat dan selaras dengan hal itu (Wenger-Trayner, 2022, p. 13). Wenger-Trayner (2022) menjelaskan bahwa anggota dari komunitas dapat belajar dari satu sama lain dan menggabungkan pemahaman mereka secara bersama untuk memahami tantangan atau menyusun sebuah solusi inovatif (Wenger-Trayner, p. 13). Mercieca (2017) menggambarkan bahwa konsep *practice* dalam *community of practice* bersifat mengkristalkan pengalaman dan pengetahuan bersama, sementara tugas dari *domain* adalah untuk menyatukan peserta ke dalam sebuah komunitas dan *community* yang berusaha untuk mempertahankan persekutuan dan aktivitas yang ada di dalam komunitas CoP (McDonald & Cater-Steel, p. 11).

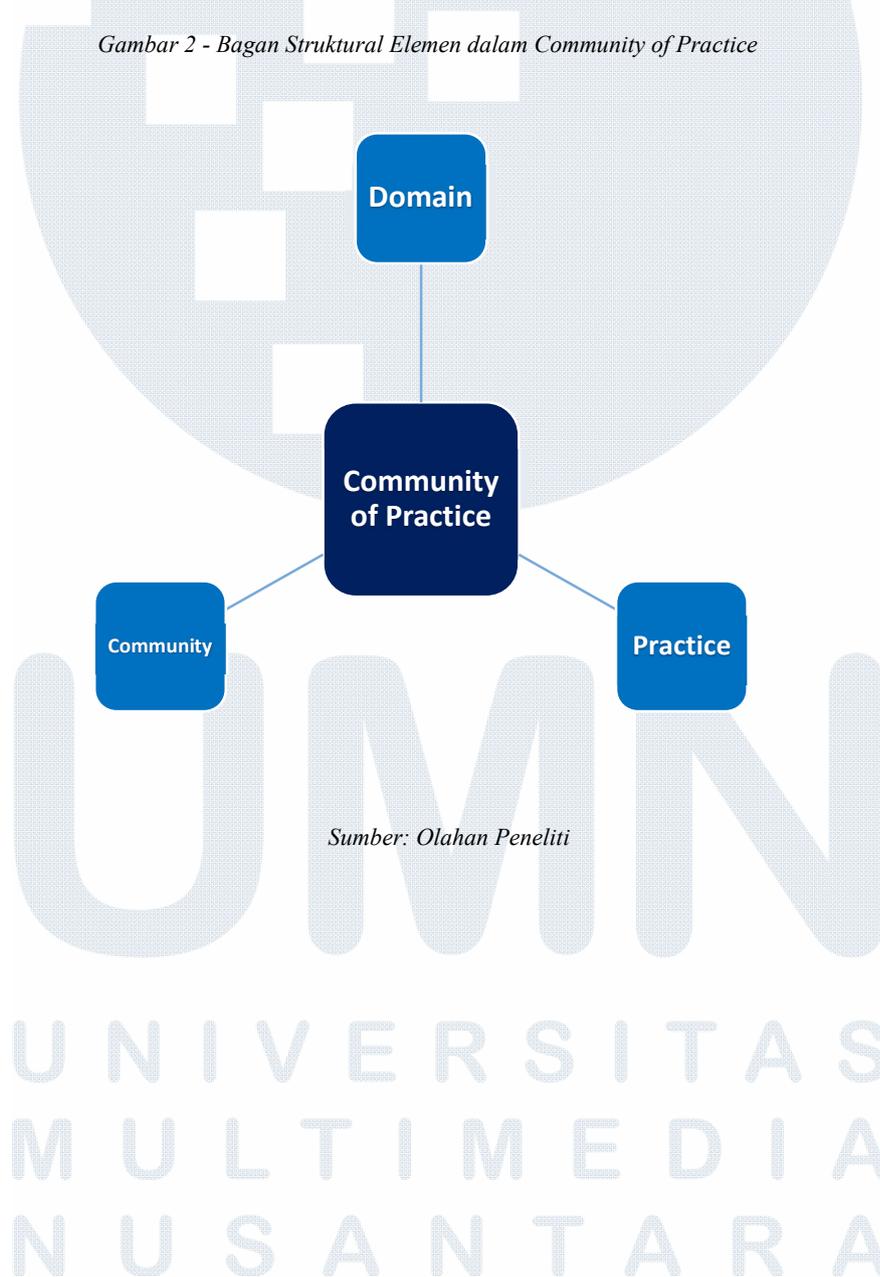
Dalam *community of practice*, tingkat partisipasi dari setiap anggota dalam komunitas biasanya memiliki perbedaannya tersendiri. Wenger-Trayner (2022) membagi tingkat partisipasi dari anggota komunitas CoP ke dalam lima kategori, yakni: *core group*, *active participants*, *occasional participants*, *peripheral participants*, dan *transactional participants* (Wenger-Trayner, p. 77). *Core group* merupakan sekelompok kecil orang yang hasrat dan keterlibatannya dalam memberikan energi pada komunitas begitu besar dan seringkali mengambil beberapa tugas untuk membantu

memelihara komunitas. Anggota-anggota yang berada di *core group* dalam sebuah CoP biasanya merupakan pemimpin yang berusaha menjalankan komunitas (p. 76). Level dibawah *core group* merupakan *active participant*, di mana mereka merupakan sekelompok anggota dan praktisi yang terlibat aktif dan berkomitmen untuk memajukan komunitas CoP secara berkelanjutan. Level selanjutnya adalah *occasional participants*, di mana mereka merupakan anggota yang hanya aktif berpartisipasi bila ada topik yang menarik untuk mereka ikuti. Lalu setelah itu ada *peripheral participants* di mana golongan ini adalah golongan dari anggota komunitas yang tingkat partisipasi dalam kelompok komunitas cukup ringan dan pasif. Adapun alasannya menurut Wenger-Trayner (2022) adalah karena mereka merupakan pendatang baru dalam kelompok komunitas yang masih beradaptasi ataupun karena memang mereka belum berkomitmen besar terhadap kelompok domain mereka meskipun mereka tetap ingin mendapatkan informasi (p. 77). Golongan terakhir adalah *transactional participants*, di mana mereka merupakan orang di luar komunitas yang berinteraksi sesekali untuk menerima atau menyumbangkan sesuatu tanpa menjadi anggota dari komunitas itu sendiri (Wenger-Trayner, 2022, p. 77).

Saat ini, faktor teknologi menjadi integral dari keberlangsungan dan berjalannya praktik *Community of Practice* (Wenger-Trayner, 2022, p. 191). Wenger-Trayner (2022) menjelaskan bahwa praktik dari konsep CoP dapat berlangsung melalui berbagai macam cara, baik melalui interaksi asinkron (seperti email, SMS, aplikasi *chatting*), rapat secara *online*/daring menggunakan aplikasi konferensi video (*video conferencing*), dan rapat secara *hybrid* (Wenger-Trayner, p. 194 - 198). Wenger-Trayner (2022) menambahkan bahwa penggunaan teknologi untuk keberlangsungan dari aktivitas dalam CoP meningkat ketika pandemi Covid-19 melanda (Wenger-Trayner, p. 207). Oleh sebab itu, ia menyebutkan bahwa pertemuan dalam komunitas secara *online* lebih baik berjalan pada waktu-waktu tertentu dan tidak dijadikan sebagai jadwal rutin (Wenger-Trayner, 2022, p. 209).

Masifnya teknologi bahkan dapat membuat aktivitas dari CoP menjadi benar-benar terjadi secara virtual, atau biasa disebut dengan *Virtual Community of Practice* (VCoP) (McDonald & Cater-Steel, 2022, p. 21). Adapun Mercieca (2022) menjelaskan bahwa tantangan yang dihadapi oleh kelompok komunitas praktisi virtual (VCoP) adalah bagaimana caranya VCoP tersebut dapat menciptakan lingkungan yang kolaboratif bagi anggotanya untuk pembelajaran online (McDonald & Cater-Steel, p. 21).

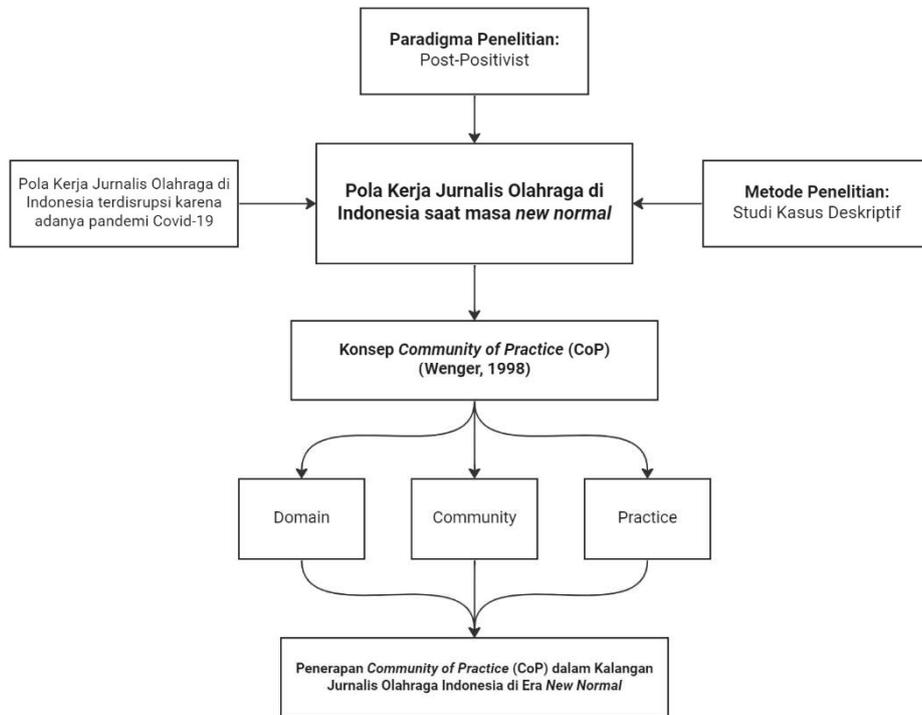
Gambar 2 - Bagan Struktural Elemen dalam Community of Practice



Sumber: Olahan Peneliti

2.4 Alur Penelitian

Gambar 3 - Alur Penelitian Skripsi



miro

Sumber: Olahan Peneliti

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA