

# Strategi media televisi dalam membentuk nasionalisme bangsa : studi kasus tayangan pertandingan sepakbola timnas Indonesia pada kejuaraan Piala AFF 2010 yang disiarkan langsung oleh RCTI

Eri Hadi, author

Deskripsi Lengkap: <http://lib.ui.ac.id/detail?id=20503980&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

<b>ABSTRAK</b><br>

Sikap nasionalisme dapat tumbuh karena berbagai faktor yang mempengaruhi, antara lain ideologi politik, budaya modern, persatuan dan kesatuan, cinta tanah air, kehidupan sosial (social life), globalisasi gaya hidup (life style), dan lain-lain. Salah satu cara untuk membentuk nasionalisme adalah dengan memanfaatkan media televisi untuk menayangkan pertandingan sepakbola antar negara yang didalamnya terdapat unsur nasionalisme, heroisme, patriotisme, mental, fanatisme, bahkan sifat sportivitas pemain dan penonton. Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi RCTI dalam menarik dukungan terhadap Indonesia pada Piala AFF 2010 dalam rangka membentuk nasionalisme.

<br><br>

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan studi kasus tayangan pertandingan sepakbola Timnas Indonesia pada kejuaraan Piala AFF 2010 yang disiarkan langsung di RCTI. Adapun data penelitian diambil melalui wawancara dengan 13 informan yang terkait dengan penelitian. Selain menggunakan data primer juga digunakan data sekunder yang terdiri dari buku-buku, laporan, penelitian yang relevan, serta berita-berita terkait studi penelitian.

<br><br>

Berdasarkan analisa penelitian strategi RCTI dalam tayangan kejuaraan Piala AFF 2010 dengan cara menciptakan social life baru di masyarakat dengan tim sepakbola nasional sebagai iconnya, serta menayangkan simbol-simbol negara antara lain lagu, lambang dan bendera kebangsaan. Apa yang dilakukan RCTI tersebut sejalan dengan teori Banal Nationalism menurut Michael Billig, dan berhasil menarik dukungan masyarakat terhadap Indonesia. Penelitian ini juga memperkuat teori nasionalisme Ernest Gellner bahwa nasionalisme terdiri dari dua faktor, ideologi politik dan budaya modern, hal ini signifikan dengan keadaan globalisasi.

<br><br>

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa strategi RCTI dalam penayangan tersebut sejalan dengan dua teori nasionalisme yang digunakan dan dapat

membentuk nasionalisme secara positif kepada masyarakat pemirsa. Walaupun pada kenyataannya tujuan utama media televisi swasta adalah untuk mendapatkan outcome lebih dan apa yang ditargetkan Prestasi Timnas yang akhirnya menjadi isu positif dan bermuara pada tumbuhnya rasa memthlu bangsa, cinta bangsa, rasa kebanggaan, serta terbentuknya nasionalisme bangsa, dan pada akhirnya menciptakan ketahanan nasional.

<hr><b>ABSTRACT</b><br>

The act of nationalism can grow from many different factors, such as ideology politic, modern culture, union and unity, love to the nation, social life, globalisation, life style, etc One of the ways to create nationalism is by taking advantage television for advertising an international soccer match that contains nationalism, heroism, patriotism, mental, fanaticism, even the personality to be a fair player for everyone who watch the soccer match for men/women The purpose of this research to know the strategy of RCTI at attracting the support for Indonesia at AFF cup 2010 to create their nationalism.

<br><br>

The research method that was used is qualitative at the study case of soccer channel that show the national team of Indonesia playing AFF cup 2010 that was showed live by RCTI, if there is a research data that was taken by interviewing 13 informants that connected to the research Besides using primary data, the researcher also use secondary data that comprise report book, relevant researches also news that is related to the research.

<br><br>

Base of the analysis of research, RCTI strategy at channeling the AFF cup 2010 is by creating a new social life at the society with soccer national team as the icon, also they show the nation symbols, such as the national song, symbol, and the nationality flag What RCTI is doing is the same with the theory of banal nationalism from Michael Billig opinion, and making the theory stronger, Ernest Gellner that the nationalism is divided into two parts of faktor, ideology politic and the modern culture, these things show the significant with the globalisation.

<br><br>

The conclusion of the research shows that the strategy of RCTI at advertising is following that 2 theory of nationalism that was used and could create the form of nationalism positively to the citizen who watch this channel Eventhough at the reality the main purpose of national TV channel is to get an outcome more that it was targeted The achievement of the national soccer team that was finally becoming a positive issue and the source at the growth of the feelings to have the nation, love to the nation, the proud feeling, and the creation of

nationalism at the society and at the end creating the nationalism.