

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Polisi Republik Indonesia merupakan lembaga garda terdepan sebagai penegak hukum yang bertugas menjaga keamanan dan ketertiban umum di seluruh wilayah negara. Dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya, aparat kepolisian wajib bertindak berdasarkan hukum yang berlaku dan menjunjung tinggi hak asasi manusia sebagaimana bertugas sebagai pelindung dan pengayom dan pelayan masyarakat (Tolan, dkk, 2017). Sebagaimana tujuan Polri ini sendiri tercantum dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia pada Pasal 4 yang berbunyi “*Kepolisian Negara Republik Indonesia bertujuan untuk mewujudkan keamanan dalam negeri yang meliputi terpeliharanya keamanan dan ketertiban masyarakat, tertib dan tegaknya hukum, terselenggaranya perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat, serta terbinanya ketenteraman masyarakat dengan menjunjung tinggi hak asasi manusia*”. Untuk mencapai tujuan tersebut, Polri harus memiliki citra yang baik di mata masyarakat.

*Corporate Image* atau Citra Perusahaan merupakan penilaian dan persepsi publik terhadap suatu lembaga atau perusahaan secara keseluruhan. Kotler (dalam Syarifudin dan Suryanto, 2016) menjelaskan bahwa citra merupakan respon khalayak yang dimaknai sebagai kepercayaan yang penting untuk dijaga oleh setiap organisasi. Peralpnya, kepercayaan dari khalayak tidak serta merta didapatkan dalam waktu singkat, melainkan melewati rangkaian proses panjang. Pendapat tersebut senada dengan Grahame Dowling (dalam Tenxh dan Yeomans, 2017) yang mendefinisikan citra sebagai sekumpulan makna tentang kepercayaan, pengalaman dan kesan khalayak terhadap suatu objek. Kata “objek” menurut Dowling ini meliputi organisasi, produk, merek, dan lain-lain. Harrison (2010) merumuskan terdapat tujuh elemen penting yang membangun citra perusahaan, diantaranya yaitu *corporate identity, personality, credibility, reliability, trustworthness, responsibility, value*.

Dalam hal ini, Polri membangun citra sebagai lembaga yang dipercaya masyarakat dalam mengayomi, melayani dan melindungi yang dapat memberikan rasa aman di lingkungan masyarakat (Tolan, dkk, 2017). Akan tetapi, berbagai lembaga mendapati kinerja, pelayanan, perkara yang terjadi oleh aparat kepolisian dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Polri masih rendah. Sebagaimana tingkat citra Polri dapat dipahami pada data hasil survei berikut.

Data *Research and Consulting* (SMRC) pada tahun 2021 mencatatkan bahwa Polri menjadi lembaga penegak hukum dengan tingkat kepercayaan publik yang rendah. Survei tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja Polri hanya sebesar 58 persen. Sementara, sebesar 38 persen mengaku tidak percaya kepada lembaga Polri (Liputan 6, 2021).

Senada dengan data survei dari Kelompok Diskusi dan Kajian Opini Publik Indonesia (KedaiKOPI) pada tahun 2021 menunjukkan bahwa data tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Kepolisian RI (Polri) merupakan yang terendah dibandingkan penegak hukum lainnya, yaitu berada di bawah KPK, Pengadilan dan Kejaksaan Agung. Diketahui, tingkat kepercayaan lembaga Polri hanya sebesar 66,3 persen, presentase KPK merupakan yang tertinggi yaitu sebesar 76,2 persen, Pengadilan dan Kejaksaan Agung memperoleh tingkat kepercayaan yang sama, yakni sebesar 73,7 persen (Katadata, 2021).

Sementara pada tahun 2022, Data Indikator Politik Indonesia menunjukkan bahwa lembaga Polri menduduki peringkat ke-5 dalam survei kepercayaan masyarakat terhadap Institusi Negara. Sebanyak 61 persen masyarakat cukup percaya kepada lembaga Polri dan berada di bawah peringkat institusi TNI, Presiden, Mahkamah Agung (MA), dan Mahkamah Konstitusi (MK) (Data Indonesia, 2022).

Kesan masyarakat kepada lembaga Polri tercermin pada respon publik di media sosial. Seperti dilansir Tirto.id, sejak bulan Oktober 2021, media sosial twitter ramai dengan penggunaan tanda pagar (tagar) *#IhariIoknum* dan *#PercumaLaporPolisi* yang seringkali menduduki trending topik di twitter

(Tirto, 2021). Komisi untuk Orang Hilang dan Korban Tindak Kekerasan (KontraS) mengatakan kemunculan tagar tersebut di twitter merupakan bentuk kritikan dan ekspresi kekecewaan masyarakat atas kinerja polisi dalam pelbagai kasus yang dianggap tidak transparan, tidak akuntabel dan bertentangan dengan prinsip hak asasi manusia (HAM) (Tempo, 2021).

Apa yang dipahami masyarakat sebagai “oknum” bukan hanya beberapa, melainkan berjumlah ribuan. Hal ini dibuktikan dari data internal Divisi Bidang Profesi dan Pengamanan (Propam) Mabes Polri sejak Januari 2021 hingga Oktober 2021 diketahui terdapat sejumlah 2.644 kasus dikepolisian, diantaranya ada sebanyak 1.694 kasus pelanggaran disiplin, 803 kasus kode etik profesi polisi (KEPP), dan kasus pidana sebanyak 147 (Babel Polri, 2021).

Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM) mengatakan kepolisian merupakan lembaga yang paling banyak dilaporkan sepanjang bulan Januari 2021 sampai September 2021. Komnas HAM menyebutkan perkara-perkara yang dilaporkan berupa pengaduan kasus yang tidak ditindaklanjuti secara proper, kasus kekerasan yang dilakukan polisi, dan kasus lainnya (Detik, 2021).

Sementara, Ombudsman menyebutkan pada tahun 2020 mendapati sebanyak 11,34 persen dari 7.204 laporan pengaduan menyangkut kinerja Polri. Perkara pengaduan terbanyak yaitu proses penyelidikan, penyidikan, daftar pencarian orang (DPO), penetapan tersangka, visum, dan laboratorium kriminal (Katadata, 2021).

Tak dapat dipungkiri bahwa masih terdapat banyak aparat kepolisian yang berpredikat baik dan berkualitas (Jppn, 2021). Prestasi inilah yang kemudian membawa citra positif di mata masyarakat. Akan tetapi, tindakan-tindakan positif tersebut seolah menjadi tenggelam seiring dengan viralnya kasus kriminal atau kasus pelanggaran yang dilakukan oknum-oknum polisi yang kemudian mencemari nama baik Polri dan membuat kepercayaan masyarakat kepada lembaga kepolisian menjadi menurun. Kondisi krisis kepercayaan

masyarakat terhadap penegak hukum dan hukumnya itu sendiri ini menyebabkan rendahnya tingkat citra lembaga Polri.

Tercorengnya wajah baik Polri dari masyarakat ini berpotensi menyebabkan terjadinya aksi main hakim sendiri di tengah masyarakat atau dikenal dengan istilah *vigilantisme*. Smith (2004) dalam penelitiannya menyatakan istilah *vigilantisme* adalah situasi ketika masyarakat tidak puas atas kinerja penegak hukum atau pemerintah dan mereka rentan melakukan hukuman sendiri kepada seseorang yang melanggar norma atau telah melakukan tindak kriminal.

Kasus perilaku main hakim sendiri telah terjadi di Indonesia. Data Sistem Nasional Pemantauan Kekerasan (SPNK) sepanjang bulan Januari 2014 sampai Januari 2015 mencatat telah terjadi sebanyak 4.716 insiden main hakim sendiri. Insiden ini telah memakan korban jiwa sebanyak 321 meninggal dunia, 5.789 orang luka ringan, 2 orang korban pemerkosaan dan sejumlah 293 bangunan rusak (Katadata, 2021). Dapat disimpulkan bahwa tercorengnya nama baik Polri dapat berpotensi meningkatkan kasus tindak kriminal di lingkungan masyarakat.

Strategi komunikasi dipahami dapat membangun persepsi dari masyarakat. Strategi ini dapat direalisasikan dengan memanfaatkan media massa maupun media sosial (Tolan, dkk, 2017). Fungsi media ini sebagai sumber utama dalam mencari informasi maupun menjadi alat menyebarkan suatu informasi (Shah, dkk, 2020). Penelitian mengatakan media dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat dengan menyebarkan informasi, menciptakan kesadaran, dan mendidik individu (Nigatu, 2016). Sebab, paparan terhadap konten-konten media massa akan menumbuhkan keyakinan, sikap, dan perilaku khalayak (Coyne, dkk, 2019). Selain itu, media dapat merangsang perasaan khalayak dan menggiring opini khalayak (Tsay-Vogel dan Krakowiak., 2016). Kredibilitas media menjadi pengaruh besar terhadap penyampaian informasi. Dimana, khalayak akan menganggap media tersebut sebagai sumber informasi yang akurat dan dapat diandalkan (Nekmat dan Ng, 2019). Penelitian membuktikan bahwa kredibilitas sumber dan pesan media memiliki efek langsung pada perilaku penerima pesan atau khalayak (Kemp, 2007)

**Piggi Cahya Muhamad, 2022**

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN INVESTIGASI KRIMINAL TERHADAP CITRA LEMBAGA KEPOLISIAN REPUBLIK INDONESIA (STUDI PADA PENONTON TAYANGAN BURU SERGAP DI TVONE)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Media televisi sebagai salah satu media konvensional yang paling banyak diminati masyarakat di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistika (BPS) pada tahun 2015 terdapat sebanyak 91,47 persen masyarakat di atas usia 10 tahun memilih menonton televisi dibandingkan mengakses media konvensional lainnya. Sebanyak 13,11 persen masyarakat membaca koran dan yang mendengarkan radio sebanyak 7.54 persen (Katadata, 2016).

Berdasarkan hasil survey Nielsen Indonesia pada tahun 2019 sampai 2021 tercatat pertumbuhan jumlah pemirsa televisi berbeda-beda setiap tahunnya. Diketahui, pada tahun 2019 tercatat sebesar 13,4 persen, tahun 2020 meningkat sebesar 14,6 persen dan terjadi penurunan menjadi 11,8 persen pada tahun 2021 (Katadata, 2022). Durasi menonton pemirsa televisi Indonesia rata-rata sebanyak 4 sampai 5 jam perharinya (Media Indonesia, 2020). Dapat disimpulkan bahwa penonton televisi di Indonesia tergolong besar dan masih diminati oleh masyarakat luas.

Dalam upaya meningkatkan dan memulihkan nama baik Polri di mata masyarakat, Lembaga Kepolisian membuat sebuah program kompetisi film pendek bertajuk *Police Movie Festival* (PMF) yang kemudian karya-karya tersebut diunggah di media sosial. Program ini merupakan tempat kreativitas yang diusung oleh generasi muda polisi bersama Divisi Humas Polri yang digelar setiap tahun untuk menampilkan wajah baik polisi dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan tugas dan kinerja aparat polisi dengan suguhan karya seni (Antaraneews, 2019). Penelitian mengatakan hadirnya program PFM ini berhasil berkontribusi membangun kembali wajah baik Polri, sebab aparat polisi digambarkan sebagai figur yang berjiwa patriotis, rela berkorban, pengayom, pelindung, serta mengormati dan membela keberagaman suku, ras, agama dan golongan lain (Diniati dan Pratiwi, 2018; Sokowati, dan Nurnisya, 2021).

Sementara pada pertengahan tahun 2014, layar kaca Indonesia dihadirkan sebuah program *reality show* hasil kerjasama antara Polri dengan NET TV yang berjudul 86. Program tersebut menayangkan bagaimana aktivitas-aktivitas keseharian polisi ketika melaksanakan kewajibannya. Potret polisi dalam

**Piggi Cahya Muhamad, 2022**

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN INVESTIGASI KRIMINAL TERHADAP CITRA LEMBAGA KEPOLISIAN REPUBLIK INDONESIA (STUDI PADA PENONTON TAYANGAN BURU SERGAP DI TVONE)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tayangan program 86 dikonstruksi sebagai polisi yang humanis, ramah, murah hati, membantu sesama, dan selalu memberi nasehat baik kepada pelanggar jalan raya (Raihan dan Handoyo, 2017). Akan tetapi, Pemirsa televisi memandang bahwa penayangan program 86 di Net TV merupakan pencitraan belaka dan hanya menampilkan polisi pilihan. Khalayak menilai perbuatan baik polisi dalam program tersebut tidak merepresentasikan realitas sosok polisi sebenarnya di lapangan dan menganggap program tersebut sebagai tayangan pencitraan dan hiburan semata. (Anggraeni, 2016; Kartikawati, 2018; Rifchy dan Boer, 2019; Suryani, 2016).

Hal ini senada dengan buku yang berjudul “*Arresting Image: Crime and Policing in Front of the Television Camera*” yang ditulis oleh Aaron Doyle (2003) yang mengungkapkan bahwa acara realitas dalam acara liputan kerja polisi untuk membentuk citra merupakan hal yang meragukan. Sebab, sebuah acara televisi tentunya melalui proses penyuntingan gambar maupun audio. Apa yang dilakukan polisi di hadapan kamera hanyalah menampilkan sisi baik dan realitas yang dikonstruksi ini menjadi bias dan bukan sebuah liputan kegiatan yang alami.

Berdasarkan paparan di atas, fenomena ini searah dengan teori Kultivasi yang memberi asumsi bahwa khalayak yang terpapar media secara teratur dalam jangka waktu tertentu akan memberikan persepsi realitas sosial seperti yang disajikan di media dan hal itu mempengaruhi persepsi, sikap dan perilaku khalayak (Nabi dan Riddle, 2008). Pendekatan kultivasi ini dapat diterapkan pada media yang dominan, seperti televisi, koran, majalah, media sosial dan media lainnya (Morgan, dkk., 2017). McQuail (dalam Zahara, dkk., 2020) memaparkan bahwa terpaan media ini menjelaskan terkait bagaimana khalayak dalam penggunaan media, baik dari frekuensi penggunaan (*frequency*), durasi penggunaan (*duration*), dan perhatian (*attention*). Indikator frekuensi mengukur seberapa sering khalayak dalam menggunakan media, indikator durasi menghitung seberapa lama khalayak menggunakan media, dan indikator perhatian mengukur tingkat perhatian khalayak terhadap informasi yang disajikan di media.

Penelitian sebelumnya banyak mengkaji citra lembaga Polri melalui pendekatan Kualitatif, penelitian-penelitian tersebut diteliti dengan mengkaji bagaimana citra dibangun media massa dan media sosial seperti program kompetisi kreativitas tahunan *Police Movie Festival* (Diniati dan Pratiwi, 2018; Sokowati dan Nurnisya, 2021) dan program *reality show* 86 (Anggraeni, 2016; Kartikawati, 2018; Raihan dan Handoyo, 2017; Rifchy dan Boer, 2019; Suryani, 2016).

Berdasarkan penjelasan di atas, masih terbuka peluang bagi peneliti untuk melakukan eksplorasi melalui pendekatan kuantitatif mengenai pengaruh terpaan tayangan investigasi kriminal terhadap citra Polri. Objek penelitian ini adalah program *Buru Sergap* di TVOne. Program ini menarik untuk diteliti karena acara tersebut dikemas dengan liputan investigasi mendalam dari berbagai kasus-kasus kriminal yang terjadi ditengah masyarakat. Oleh karenanya, penelitian ini berfokus terhadap pengaruh dari terpaan tayangan investigasi kriminal terhadap citra Polri dan diberi judul “Pengaruh Terpaan Tayangan Investigasi Kriminal Terhadap Citra Lembaga Kepolisian Republik Indonesia (Studi Pada Penonton Tayangan Program *Buru Sergap* di TVOne)”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Sebagaimana pemaparan latar belakang permasalahan di atas, maka peneliti menyusun rumusan masalah atau identifikasi permasalahan yang dijabarkan sebagaimana berikut:

- 1.2.1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara frekuensi menonton tayangan program *Buru Sergap* di TVOne memengaruhi citra lembaga Polri?
- 1.2.2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara durasi menonton tayangan program *Buru Sergap* di TVOne memengaruhi citra lembaga Polri?
- 1.2.3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara atensi menonton tayangan program *Buru Sergap* di TVOne memengaruhi citra lembaga Polri?

- 1.2.4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara frekuensi, durasi, dan atensi menonton tayangan program Buru Sergap di TVOne memengaruhi citra lembaga Polri?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Dari pemaparan identifikasi masalah di atas, maka peneliti menyusun tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1.3.1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara frekuensi menonton tayangan investigasi program Buru Sergap di TVOne terhadap citra lembaga Polri
- 1.3.2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara durasi menonton tayangan investigasi program Buru Sergap di TVOne terhadap citra lembaga Polri
- 1.3.3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara atensi menonton tayangan investigasi program Buru Sergap di TVOne terhadap citra lembaga Polri
- 1.3.4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara frekuensi, durasi, dan atensi menonton tayangan investigasi program Buru Sergap di TVOne terhadap citra lembaga Polri

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dijelaskan berdasarkan berbagai perspektif pada bagian berikut:

#### **1.4.1. Segi Teoritis**

Secara teoritis peneliti mengharapkan hasil penelitian ini berkontribusi meningkatkan kekayaan keilmuan di bidang Ilmu Komunikasi terutama mengenai studi pada media massa televisi terkait pengaruh terpaan tayangan televisi dengan citra suatu lembaga.



#### 1.4.2. Segi Praktik

Secara praktik peneliti mengharapkan kedepannya hasil penelitian ini dapat dipergunakan untuk referensi bagi penelitian yang akan melakukan riset dengan konteks permasalahan yang berkaitan antara pengaruh media massa dan dampaknya terhadap citra suatu lembaga. Hal ini dapat menjadi suatu bentuk penguatan pengetahuan dan dapat dikembangkan dalam ranah kajian media massa.

#### 1.4.3. Segi Kebijakan

Penelitian ini peneliti harapkan dapat memberi kontribusi bagi pemangku kepentingan, yaitu Kepolisian RI dalam perancangan program-program kreatif dengan pemanfaatan media massa maupun media sosial. Hal tersebut dilakukan guna meningkatkan citra lembaga Polri di mata masyarakat.

#### 1.4.4. Segi Isu Aksi Sosial

Dalam penelitian ini, peneliti harapkan dapat dijadikan suatu perhatian masyarakat mengenai pentingnya peran khalayak dalam mengonsumsi pesan di media, terutama pada televisi

### 1.5. Struktur Organisasi Skripsi

Penelitian disusun dari lima bab yang berkelanjutan. Penelitian ini dipaparkan dengan sistematis penulisan sebagai berikut:

- 1.5.1. Bab I (Pendahuluan) berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi
- 1.5.2. Bab II (Kajian Pustaka) berisi seluruh kajian yang memaparkan penjabaran terkait konsep, teori, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian yang digunakan penelitian ini.
- 1.5.3. Bab III (Metode Penelitian) berisi rancangan informasi yang memudahkan peneliti untuk melakukan proses penelitian, seperti desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel, instrumen penelitian, operasional variabel, analisis data dan pengujian hipotesis.

**Piggi Cahya Muhamad, 2022**

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN INVESTIGASI KRIMINAL TERHADAP CITRA LEMBAGA KEPOLISIAN REPUBLIK INDONESIA (STUDI PADA PENONTON TAYANGAN BURU SERGAP DI TVONE)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 1.5.4. Bab IV (Temuan dan Pembahasan) berisi hasil temuan penelitian dari hasil olahan data dan pembahasan mengenai temuan penelitian.
- 1.5.5. Bab V (Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi) berisi bagian penting mengenai simpulan dari hasil penelitian, implikasi penelitian serta rekomendasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti untuk penelitian selanjutnya atau pihak yang berkaitan.