

BAB II

MASKULINITAS DALAM REALITY SHOW POLISI 86 DI NET TV

A. Program *Reality Show Polisi 86*

Pada awal tahun 2000-an program acara *Reality Show* pertama hadir di negara Inggris, program acara televisi tersebut langsung berkembang pesat. Menurut Anette Hill, kemunculan tayangan kisah nyata di Inggris adalah sumbangan dari perkembangan film dokumenter yang berpadu dengan jurnalisme tabloid dan hiburan populer. Perkembangan tayangan kisah nyata adalah panduan buah pikir program televisi dan arus komersialisasi, serta hasil persaingan antar stasiun televisi. Tidak ketinggalan dalam hitungan ekonomi, biaya *reality show* relatif murah ketimbang sinetron, karena yang diperankan dalam program acara tersebut orang-orang biasa bukan selebriti (Hill, 2005:16).

Setelah program acara *reality show* berkembang pesat di Inggris, kemudian sangat terkenal di UK, setelah itu banyak diproduksi oleh stasiun televisi swasta lainnya termasuk Indonesia. Program acara *reality show* di UK lebih dari 70 persen dari populasi penduduk (umur 4-65+) menonton program *reality show*. Jenis-jenis *reality show* yang mereka tonton seperti, program polisi atau program kriminal seperti program *Camera Action!* pada chanel *ITVI* yang ditonton sejumlah 71 persen orang dewasa dan 72 persen anak-anak. Hal ini tentunya semakin berkembang dengan banyaknya program *reality show* di televisi (Hill, 2005:03).

Sebagian besar tayangan televisi swasta di Indonesia dalam program acara yang ber-gendre *reality show* banyak diproduksi oleh setiap *channel* televisi, termasuk *Net TV* yang bisa dibbilang baru hadir di Indonesia, banyak program acara dibuatnya termasuk *reality show* yang berjudul *Polisi 86*, yang awal mengudara pada tanggal 02 Agustus 2014 setiap hari senin-juma'at pukul 22.00 WIB sampai sekarang. Acara tersebut berkerja sama dengan pihak kepolisian Republik Negara Indonesia, oleh karena itu nama program acara tersebut diberi nama 86 karena merupakan kode sandi yang sering dipakai kepolisian negara dengan arti dimengerti. Dalam acara tersebut menceritakan kegiatan sehari-hari polisi dari yang ringan, seperti mendisiplinkan pengguna lalu lintas, sampai kasus berat kepolisian (Netmedia, 2014).

Sebagian besar masyarakat memandang sosok seorang polisi itu buruk karena citra negatif yang sudah terjadi sejak zaman orde baru. Selain itu juga ditambah pemberitan kejadian kriminal yang dilakukan oleh sebagian anggota polisi seperti korupsi, salah menembak, salah tangkap, mengasumsi narkoba, melakukan tindakan kekerasan pada masyarakat dan kejadian kriminal lainnya. Berita tersebut terjadi dalam media massa baik media cetak atau elektronik yang bisa merubah asumsi masyarakat tentang polisi menjadi buruk. Padahal penyimpangan itu hanya dilakukan oleh segelintir oknum polisi yang tidak bertanggung jawab, namun secara tidak langsung dapat mencoreng wajah institusi kepolisian (Melisa, 2013:342).

Pemikiran masyarakat tentang polisi itu kasar dan citra buruk lainnya seperti yang dijelaskan di atas tidak digambarkan oleh stasiun televisi swasta *Net TV* yang berjudul *Polisi 86*, tetapi yang dikemasnya menunjukkan bahwa polisi itu mengayomi masyarakat, memberantas kejahatan, dan kegiatan lainnya, selain itu ditambah sentuhan *humanitarian* salah satu contohnya seperti memunculkan polwan dalam tayangan tersebut, yang identik bahwa perempuan itu lembut dan penuh kasih sayang.

Citra polisi kembali dibangun pada kasus teror bom yang terjadi di Jakarta pusat yang memperlihatkan maskulinitasnya dengan membawa senjata api dan menembak teroris. Dalam kejadian tersebut banyak anggapan dari masyarakat dan media massa bahwa polisi itu hebat dan pahlawan. Semenjak itu, masyarakat memiliki kesepakatan kolektif terkait polisi dan maskulinitasnya. Oleh karena itu, dengan adanya paradigma tersebut *Net TV* memproduksi program acara *Polisi 86* dengan mengambil *framing* yang lain, yakni dengan memunculkan polwan untuk memperkuat pemikiran masyarakat bahwa polisi itu baik, mengayomi masyarakat, dan citra positif lainnya, caranya dengan melakukan sentuhan feminin melalui kehadiran polwan.

Banyak program acara televisi yang dibuat untuk pembentukan citra seperti kepentingan politik dan sebagai hiburan untuk masyarakat, namun tidak menyadari dalam hiburan tersebut ada diskriminasi, modifikasi kelas sosial dan lain-lain, sebagian besar yang ada unsur tersebut terdapat pada program acara *reality show* karena dalam tayangannya terlalu dibuat-buat

tidak sama seperti nama programnya, karena secara istilah *reality show* itu berarti pertunjukan yang asli tidak rekayasa dan tidak dibuat-buat namun kenyataannya tidak sesuai dengan realita, seperti menurut Vivian bahwa program acara *reality show* masih diatur oleh skenario yang ditulis oleh produser (Vivian, 2008:247).

Ada salah satu program acara *reality show* yang dalam tayangannya untuk kepentingan politik dan kepentingan pemilik media sendiri, yang berjudul *Mewujudkan Mimpi Indonesia* dalam stasiun televisi swasta yaitu *RCTI*, dalam tayangannya menceritakan bahwa bapak Wiranto berusaha memosisikan diri sebagai orang yang sangat peduli terhadap penderitaan rakyat, dengan menyamar sebagai tukang becak, pedagang asongan, pemulung dan lain-lain, dengan cara menggunakan pakaian lusuh dan *make up* karakter agar masyarakat tidak mengetahui bahwa orang itu adalah Wiranto. Namun pada akhirnya Wiranto membuka jati dirinya dengan memberikan sejumlah uang kepada mereka dan melepaskan semua atribut penyamarannya. Melakukan upaya tersebut untuk menjauhkan citra elit politik dan berusaha untuk menjadi bagian dari hidup masyarakat kecil (Brata, 2015).

Dalam acaranya, Wiranto sebagai pembawa acaranya mengangkat bentuk penderitaan masyarakat terutama dalam bidang ekonomi yang dikemas dalam acara *reality show* oleh Harry Tanoe yang merupakan seorang CEO dari beberapa stasiun televisi yang tergabung dalam *MNC Group*. Dalam hal ini Harry Tanoe mendapatkan dua keuntungan, yang

pertama keuntungan dari segi financial seperti pendapatan dari iklan dan kedua adalah keuntungan dalam menyampaikan misi (Brata, 2015)

Tujuan dalam tayangan tersebut untuk mewujudkan mimpi seluruh masyarakat Indonesia, namun kenyatannya ada pembentukan citra kepentingan politik dan kepentingan pemilik media. Dalam penelitiannya menjelaskan tentang adanya program acara yang berjudul *Mewujudkan Mimpi Indonesia* ini mempunyai tujuan politis yaitu guna untuk mendapatkan simpati dan dukungan publik atas pencalonan Wiranto dan Hari Tanoe sebagai calon Presiden dan Wakil Presiden. Kemiskinan menjadi objek yang digunakan Win-Ht untuk mendapatkan simpati dari masyarakat bahwa seolah-olah mereka peduli dan mau menjadi bagian dari masyarakat miskin. Selain untuk mendapatkan simpati dari masyarakat, tayangan tersebut digunakan untuk meningkatkan elektabilitas Win-Ht sebagai pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden RI agar nantinya menang dalam pemilu Presiden 2014. Penjelasan di atas dan tayangan acara tersebut merupakan salah satu penelitian yang diteliti oleh Seina Ali Brata yang berjudul *Komodifikasi kemiskinan dalam acara reality show di Televisi (Analisis Semiotika Acara Mewujudkan Mimpi Indonesia)*.

Selain itu juga ada tayangan *reality show* yang memperlihatkan diskriminasi, bully dan lain-lain. Tayangan tersebut berjudul *Yuk Keep Smile* yang berada dalam stasiun televisi swasta yaitu *Trans TV*. Acara tersebut merupakan acara komedi yang bertujuan agar masyarakat terhibur, namun sebagian besar yang ditampilkan dalam acara tersebut terdapat unsur

diskriminasi, terutama pada seorang waria. Seperti pada episode YKS tanggal 8 September 2013, yang menunjukkan Kiwil, Olga, dan Tara yang berdandan seperti perempuan dan berperan menjadi seorang *miss universe*. Beberapa adegan di dalamnya diplesetkan menjadi sebuah hiburan. Adegan tersebut sebagai pelecehan terhadap para waria dalam kehidupan nyata, karena Kiwil, Olga, dan Tara berperan menjadi seorang waria yang dandannya dibuat terlihat norak. Hal ini menjadi sebuah hal yang negatif dengan ditambah saling mencelah antar pemain (Zulviani, 2015).

Acara yang berjudul *Yuk Keep Smile* pernah diteliti oleh Amanah Zulfiani, dengan judul penelitiannya yaitu *Representasi Diskriminal Waria Dalam Reality Show "Yuk Keep Smile" Di Trans TV*. Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam tayangan tersebut sangat disayangkan bagi masa depan bangsa, apabila masyarakatnya disuguhi acara-acara yang membodohi, karena tidak mempertimbangkan nilai-nilai pendidikan dan moral. Program acara tersebut tidak hanya tidak hanya ditonton oleh orang dewasa, tetapi juga anak-anak ikut serta menonton dan nilai pendidikan serta moral dalam acara tersebut tidak mendidik untuk ditonton oleh anak-anak (Zulviani, 2015).

Dari kedua penelitian tersebut, bahwa tayangan *reality show* tidak sesuai dengan realita tetapi masih ada skenario yang dibuatnya. Selain itu juga program acara tersebut ada unsur kepentingan pemilik media sendiri, kepentingan politik dan bahkan ada tayangan yang tidak mendidik untuk ditonton oleh masyarakat terutama anak-anak.

B. Maskulinitas Pemilik Media *Net TV*

Wishnutama Kusubandio adalah direktur sekaligus pemilik PT. Net Media Televisi, beliau sangat terobsesi terhadap maskulinitas versi militer. Beliau lulusan The Military College of Vermont, Norwich University Amerika, yang berlatar belakang sekolah kemiliteran di mana mahasiswanya dididik seperti militer baik akademik, fisik dan mental (Careernetmedia, 2016). Latar belakang keilmuan yang beliau peroleh banyak berpengaruh dalam kehidupan sehari-harinya termasuk sebagai direktur *Net TV*.

Di bawah kepemimpinannya, ide-ide Wishnutama berperan besar dalam sebuah produksi, termasuk dalam program acaranya yang sebagian besar berunsur tentang maskulinitas versi kemiliteran, seperti program *reality show* yang berjudul *Customs Protection*, *Polisi 86* dan *Garuda* yang sama-sama menceritakan kegiatan sehari-hari dalam bertugas seperti melindungi, memberantas kejahatan, mengayomi masyarakat dan kegiatan lainnya. Hanya bedanya dalam acara *Polisi 86* menceritakan seseorang yang berprofesi sebagai polisi, dalam acara *Garuda* merupakan seseorang berprofesi sebagai TNI dan *Customs Protection* merupakan seseorang yang berprofesi Kepabeananacara.

Tidak hanya program *reality show*, *Net TV* juga membuat serial drama yang memunculkan kemiliteran yang berjudul *Patriot* yang mengangkat kisah kehidupan lima anggota Komando Pasukan Khusus (Kopassus) dengan keahliannya masing-masing dalam menyelesaikan

sebuah misi. Mereka akan menyelamatkan warga desa Mapu yang ditahan oleh pasukan kartel Internasional yang ingin menyelundupkan narkoba ke dalam negara Indonesia. Disaat yang bersamaan akan terjadi interaksi antara anggota Kopassus dengan keluarga mereka masing-masing.

Tidak hanya dalam program acara saja tetapi kepada karyawan kedisiplinanya juga diterapkan. Seperti dilatih kemiliteran yang dipandu oleh anggota TNI.

“Setiap karyawan yang baru masuk *Net TV*, baik reguler maupun MDP wajib mengikuti military program, yang waktu dan tempatnya sudah ditentukan oleh management. Military Program diadakan setiap satu tahun sekali, dimana dilaksanakan di tempat TNI, baik darat, udara ataupun laut. Kegiatan yang dilakukan mengikuti kegiatan sehari2 TNI” (wawancara dengan salah satu karyawan Net Tv, Anggi Intan, pada tanggal 21 November 2016).

Berdasarkan wawancara, karyawan yang resmi bekerja di *Net TV* wajib mengikuti program militer yang telah dibuat oleh pihak pemilik media sendiri dan dilakukan pada satu tahun sekali yang bertempat di kantor TNI, dalam program militer tersebut dipandu oleh anggota TNI sekaligus mengikuti kegiatan sehari-hari baik TNI angkatan darat, udara ataupun laut seperti melatih fisik dan akademiknya.

Seragam yang digunakan oleh karyawan *Net TV* untuk kegiatan sehari-hari, mirip dengan seragam yang digunakan oleh anggota militer negara Korea, mulai dari segi warna hingga bentuk sepatu dan celana. Hal yang membedakan hanya dari model baju atasan saja.



Gambar 2.1.1



Gambar 2.1.2

Seperti pada gambar di atas merupakan seragam *Net TV* dan militer yang dimiliki oleh negara Korea Selatan, ada kesamaan pada warna celana dan sepatu. Gambar 2.1.1 merupakan seragam karyawan *Net TV* dan gambar 2.1.2 seragam anggota militer Korea Selatan. Dari segi seragam dan sepatu yang digunakan oleh karyawan *Net TV*, baik laki-laki maupun perempuan tidak ada bedanya dengan seragam anggota militer Korea Selatan. Seperti dari segi sepatu sama-sama menggunakan sepatu boots yang berwarna krem dan celana yang digunakan juga sama-sama berwarna krem, serta memiliki saku yang bentuknya hampir mirip dengan anggota militer Korea Selatan. Hanya bedanya baju yang digunakan oleh karyawan *Net TV* berwarna biru dan celana yang digunakan anggota militer Korea bermotif sedangkan yang digunakan karyawan *Net TV* polos.

Bentuk logo seragam yang dipakai oleh *Net TV* hampir sama dengan logo militer, salah satu contohnya logo TNI angkatan udara, seperti pada gambar di bawah berikut ini:



Gambar 2.2.1



Gambar 2.2.2

Pada gambar 2.2.1 adalah logo seragam yang digunakan oleh karyawan *Net TV* dan gambar 2.2.2 adalah logo TNI angkatan udara. Dari segi bentuk kedua logo tersebut hampir mirip hanya bedanya dari segi warna, *Net TV* menggunakan warna biru tua dan abu-abu sedangkan logo TNI angkatan udara menggunakan warna biru muda dan kuning, dalam isi logonya *Net TV* lebih menggunakan tulisan dan garis berbeda dengan bentuk aslinya, logo TNI angkatan udara menggunakan gambar garuda yang menggambarkan gagah dan berani.

Dalam *media online* pemilik media tersebut pernah mengatakan ingin membuat program acara televisi yang berbeda dari yang lain, selain itu, beliau juga sangat mencintai dunia militer dan sebenarnya bercita-cita ingin menjadi seorang tentara (Suharto, 2015). Oleh karena itu semua yang berkaitan dengan *Net TV* berunsur tentang kemiliteran, dari program acara sampai seragam dan peraturan kepada karyawannya yang tidak lepas dari latar belakang keilmuan dari pemilik media.

Sebelum mendirikan televisi sendiri, wishnutama pernah memproduksi program acara berita tentang polisi yang berjudul *Patroli* di Indosiar yang posisinya sebagai sebagai *Executive Producer*. Selain itu beliau juga pernah berkerja di *Trans TV* sebagai kepala divisi produksi dan *Trans7* sebagai Direktur Utama, banyak sekali program acara yang pernah di buat oleh beliau seperti *Extravaganza*, *Dunia Lain*, *Termehek-Mehek*, *Opera Van Java*, *Empat Mata* dan *Indonesia Mencari Bakat* di Transcorp serta *Pesta Gebyar Bca*, *Patroli* dan *Saksi* di Indosiar. Program acaranya yang pernah dibuatnya sukses dan *rating*-nya juga tinggi, serta Wishnutama juga pernah mendapatkan banyak penghargaan yang beliau raih baik skala nasional maupun Asia, antara lain dari *Asian Television Award* dan *Panasonic Awards*. Lalu pada tahun 2012 Wishnutama berencana membuat stasiun televisi swasta yang berkerjasama dengan pendiri Indika Group yaitu Agus Lasmana. stasiun televisi itu diberinama PT. Net Media Televisi yang disingkat menjadi *Net TV* kepanjangan dari *News and Entertainment Television* (Careernetmedia, 2016).

Net TV resmi mengudara pada tanggal 26 Mei 2013 yang sebelumnya pernah melakukan siaran percobaan pada tanggal 18 Mei 2013. Awal mengudara *Net TV* sampai tahun 2014 hanya bisa disiarkan oleh televisi berbayar, *youtube* dan *streaming* dari internet kemudian awal tahun 2015 bisa dilihat oleh masyarakat tanpa berbayar, Chanel *Net TV* menggantikan siaran Spacetoon yang merupakan rumah produksi Indika Group, dalam program acara sebelumnya ditunjukkan kepada anak-anak (Netmedia, 2014)

Slogan PT. Net Media Televisi adalah televisi masa kini, slogan tersebut diambil karena ingin menjadi televisi yang mengedepankan kualitas dan teknologi dalam penayangannya, selain itu dengan berkerja sama dengan media sosial semakin menunjukan bahwa *Net TV* adalah televisi masa kini (Netmedia, 2014). *Net TV* juga memiliki visi dan misi sama seperti perusahaan lainya, dengan misi menjadi perusahaan media yang menarik dengan memberikan kontribusi positif untuk kehidupan masyarakat Indonesia dan misinya ada tiga hal, yang pertama menghasilkan program yang menarik, menghibur dan kreatif melalui berbagai tayangan yang terbaik, kedua menjangkau semua masyarakat yang ada dengan hiburan yang berkualitas, menarik, mengembangkan dan mempertahankan semua bakat terbaik dalam industri (Netmedia, 2014).