

**JENIS CITRA POLISI REPUBLIK INDONESIA MELALUI TAYANGAN 86 NET TV*****IMAGE TYPES OF THE INDONESIAN POLICE ON TELEVISION PROGRAM NET 86*****Bayu Himawan<sup>1</sup>****Reni Nuraeni, S.Sos.,M.Si<sup>2</sup>****M. Sufyan Abdurahman, S.Sos.,MM<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom  
<sup>1</sup>bayuhimawan27@gmail.com, <sup>2</sup>rezn\_ns@yahoo.com, <sup>3</sup>sufyan@ypt.or.id

**Abstrak**

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Kompas pada tahun 2013 dan 2014, dapat diketahui citra Polisi adalah negatif. Oleh karena itu banyak anggapan mengenai program televisi yang bekerjasama dengan Polisi untuk memperbaiki citra Polisi. Tanpa kita ketahui di dalamnya mengandung unsur-unsur yang tidak banyak orang mengetahui apa saja sebenarnya yang terkandung dalam acara tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa banyak jenis citra yang terkandung dalam program 86, mengingat ada beberapa pihak yang sering membicarakan bahwa program 86 hanya tempat pencitraan Polisi saja. Jenis citra yang diteliti adalah citra yang diharapkan dan citra serbaneka dengan kategori-kategori yang terkandung di dalamnya menggunakan metode analisis isi deskriptif. Hasil penelitian dengan objek yang telah peneliti tentukan yaitu tanggal 20 Oktober 2014 sampai dengan 24 Oktober 2014 menemukan bahwa tingkat reabilitas jenis citra yang diinginkan adalah 76%, reabilitas citra serbaneka mencapai 88%, dan jenis citra keseluruhan mencapai 70,5%. Hasil penelitian juga menunjukkan jenis citra serbaneka adalah yang terbanyak dibandingkan dengan jenis citra yang diinginkan, yaitu sebesar 75,4% sedangkan citra yang diinginkan hanya mengandung 24,5% saja dalam program tayangan 86.

**Kata kunci :** jenis citra, citra yang diharapkan, citra serbaneka, program tv, Polisi

**Abstract**

*Based on the results of a survey conducted by Kompas in 2013 and 2014, can be known is the negative image of the police. Therefore many assumptions about television programs in collaboration with the police to improve the image of the police. Without our knowledge in it contains elements that not many people know what is actually contained in the event. The purpose of this study was to find out how many types of images contained in program 86, since there are several parties often talk about that program 86 is only a police imaging alone. Image types studied were wishes image and multiple images with categories contained therein using descriptive content analysis method. Results of the research with the object that has the researchers determined that the date of October 20, 2014 until October 24 2014 found that the level of reliability wishes image is 76%, the reliability of multiple image reaches 88%, and the type of image totaled 70.5%. The results also showed multiple images are the highest compared with the wishes image, amounted to 75.4% while the wishes image contains only 24.5% only in the program 86*

**Keyword :** image, wishes image, multiple image, television program, Police

**1. Pendahuluan**

Media massa sebagai sumber informasi dan memiliki peranan yang penting bagi kehidupan manusia. terutama dalam pembentukan fikiran serta sudut pandang penikmatnya. saat ini informasi sangat mudah didapatkan dan sangat cepat informasi itu diterima oleh publik hingga ke belahan dunia. dibandingkan dengan media massa lain, televisi memiliki tempat tersendiri. Demikian signifikan dalam kehidupan sehari-hari sehingga mendominasi "Lingkungan Simbolik" kita (McQuail, 1996:254).

Dari berbagai macam stasiun televisi, NET merupakan salah satu stasiun televisi baru yang mampu menjadi salah satu televisi paling digemari, khususnya kaum muda dengan presentase 92% (<http://www.tribunnews.com/>).

Program acara merupakan produk dari media televisi. Secara umum program televisi terbagi menjadi 2 jenis yaitu program informasi yang terdiri dari *hard news* dan *soft news*. Program hiburan lebih banyak jenisnya, seperti musik, drama, pertunjukan, dan permainan. (Morissan, 2008: 208-220). NET memiliki salah satu program acara yang cukup fenomenal dengan melakukan hubungan yang saling menguntungkan dan menjadi bahan perbincangan forum-forum resmi dalam dunia maya. mulai dari tanggapan positif dan tanggapan negatif yang mana diawali dengan kemasan program acara yang menampilkan Polisi sebagai tokoh utamanya, yang memancing masyarakat akan anggapan bahwa program 86 hanya pencitraan Polisi saja (<http://kaskus.co.id>).

Dari hasil wawancara dengan anggota humas Polri di Polda Jawa Barat, peneliti mendapatkan data yang diberikan berupa survei yang dilakukan oleh Kompas, adalah citra positif kepolisian dimata publik pada Mei 2013, Desember 2014, dan Juni 2015 : 23 %, 46,7%, dan 52,1%.

Pendapat mengenai berurusan dengan Polisi (jajak 18-20 Februari 2015) adalah :

- Memakan waktu yang berbelit-belit 65,5 %
- Mudah disuap 61,6%
- Enggan menindak orang penting 64,2%

Menurut bapak Christofel selaku Humas Polda Jawa Barat, acara 86 diharapkan mampu mengangkat citra baik polisi dan tugas-tugas Polisi dengan baik yang sebenarnya sudah menjadi kewajiban dan tanggung jawab Polisi.

## 2. Kajian Teori

Hasil dari penelitian ini dikaji lebih dalam dengan menggunakan pendekatan teori, komunikasi massa, media masa, televisi, *uses and gratification*, dan jenis citra.

### 2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa digunakan untuk melihat apakah ada proses komunikasi masa dala tayangan 86 melalui televisi, sesuai dengan definisi yang paling sederhana oleh Bittner (Rakhmat, 2003:188).

### 2.2 Media Massa

Media massa digunakan untuk mengetahui media apa yang digunakan oleh Polisi dalam menunjukkan untuk memperbaiki citranya sesuai dengan teori Mc Luhan dalam Ardianto et al. (2007: 53).

### 2.3 Televisi

Dengan menggunakan penjelasan menurut Jay Black dan Frederick C Whitney (Mulyana, 2007:135), digunakan untuk mengetahui fungsi-fungsi komunikasi massa dalam program televisi 86.

#### 2.3.1 Uses and Gratification

*Uses and Gratification* dalam R. Dominick (2002) digunakan untuk mengetahui bagaimana khalayak melihat media televisi sesuai dengan kebutuhannya yang berhubungan dengan program televisi yang bekerjasama dengan Polisi Republik Indonesia dalam menampilkan jenis kategori citra yang diteliti.

### 2.4 Program Televisi

Dalam Morissan (2008: 208-220), program televisi digunakan untuk melihat jenis program yang ditampilkan oleh 86 NET TV.

### 2.5 Citra

Citra adalah *favourable opinion*, dalam (Ardianto 2011:62) digunakan untuk melihat jenis citra yang ditampilkan oleh anggota Polisi melalui tayangan 86 NET TV.

### 2.6 Jenis Citra

Untuk melihat jenis citra yang terkandung dalam program 86, dan menggunakan jenis citra yang diinginkan (*wishes image*) dan jenis citra serbaneka (*multiple image*) sebagai variable penelitian.

#### 2.6.1 Citra yang diinginkan (*wish image*)

Didalam citra yang diinginkan dalam (Jefkins :1995) terdapat kategori-kategori untuk melihat isi dan yang digunakan untuk menganalisis program 86.

#### 2.6.1 Citra serbaneka (*multiple image*)

Didalam citra serbaneka dalam (jefkins: 1995) menjelaskan mengenai kategori-kategori yang dapat dipergunakan untuk menganalisis jenis citra serbaneka yang ditampilkan oleh anggota Polisi dalam tayangan 86.

### 2.7 Hubungan Humas dan Jurnalistik

Menurut Effendy (2006:7-8) dapat diketahui hubungan antara jurnalistik dan *public relations* yang terdapat dalam program 86 NET TV.

## 3. Metode

Metode yang digunakan adalah analisis isi deskriptif.

### 3.1 Analisis isi

Analisis isi deskriptif digunakan untuk mengetahui situasi atau peristiwa yang ada didalam tayangan 86 NET TV dengan tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Rakhmat (2005: 24).

Untuk menemukan sampel dengan kebutuhan variabel yang ada, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* (Deni Darmawan 2013:152)

Pada penelitian ini penyandian dilakukan berdasarkan konstruksi kategori yang sebelumnya telah disusun yang kemudian menelaah dan memaparkan jenis citra yang diinginkan (*wishes image*) dan citra serbaneka (*multiple image*) yang ada pada tayangan program tv 86. Dengan menggunakan *formula hostli* untuk mengetahui tingkat reliabilitas antar *coder*.

Metode pengumpulan data menggunakan *coding sheet* yang dibuat berdasarkan kategori yang telah ditetapkan oleh peneliti. Teknik pengumpulan ini adalah menganalisis program 86 yang tayang pada 20 Oktober sampai 24 Oktober 2014.

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

**Tabel 1.1**  
**Uji Reliabilitas Citra yang diinginkan (*wishes image*)**

No	Episode	Segmen	Coder 1	Coder 2	Setuju	Tidak Setuju
1	20 Oktober	Segmen 1	1	1	S	
2		Segmen 2	2	2	S	
3		Segmen 3	2	2	S	
4		Segmen 4	3	3	S	
5	21 Oktober	Segmen 1	2	2	S	
6		Segmen 2	2	3		TS
7		Segmen 3	1	1	S	
8		Segmen 4	2	2	S	
9		Segmen 5	2	2	S	
10	22 Oktober	Segmen 1	2	5		TS
11		Segmen 2	3	3	S	
12		Segmen 3	3	3	S	
13	23 Oktober	Segmen 1	1	1	S	
14		Segmen 2	3	4		TS
15		Segmen 3	5	5	S	
16	24 Oktober	Segmen 1	1	3		TS
17		Segmen 2	6	6	S	
	Total		41	48	13	4
Reliabilitas = $2M/(N1+N2) = 2(13)/(17+17)=26/34=0,76$						

**Tabel 1.2**  
**Uji Reliabilitas Citra Serbaneka (*multiple image*)**

No	Episode	Segmen	Coder 1	Coder 2	Setuju	Tidak Setuju
1	20 Oktober	Segmen 1	7	7	S	
2		Segmen 2	5	5	S	
3		Segmen 3	6	6	S	
4		Segmen 4	6	5		TS

5	21 Oktober	Segmen 1	5	5	S	
6		Segmen 2	6	6	S	
7		Segmen 3	6	6	S	
8		Segmen 4	4	4	S	
9		Segmen 5	5	5	S	
10	22 Oktober	Segmen 1	7	7	S	
11		Segmen 2	9	9	S	
12		Segmen 3	13	13	S	
13	23 Oktober	Segmen 1	11	11	S	
14		Segmen 2	7	7	S	
15		Segmen 3	6	6	S	
16	24 Oktober	Segmen 1	12	11		TS
17		Segmen 2	8	8	S	
		Total	123	120	14	3
Reliabilitas = $2M/(N1+N2) = 2(15)/(17+17)=30/34=0,88$						

**Tabel 1.3**  
**Uji Reliabilitas Antar coder**

No	Episode	Segmen	Coder 1	Coder 2	Setuju	Tidak Setuju
1	20 Oktober	Segmen 1	8	8	S	
2		Segmen 2	7	7	S	
3		Segmen 3	8	8	S	
4		Segmen 4	9	8		TS
5	21 Oktober	Segmen 1	7	7	S	
6		Segmen 2	8	9		TS
7		Segmen 3	7	7	S	
8		Segmen 4	6	6	S	
9		Segmen 5	7	7	S	
10	22 Oktober	Segmen 1	9	12		TS
11		Segmen 2	12	12	S	
12		Segmen 3	16	16	S	
13	23 Oktober	Segmen 1	12	12	S	
14		Segmen 2	10	11		TS

15		Segmen 3	11	11	S	
16	24 Oktober	Segmen 1	13	14		TS
17		Segmen 2	14	14	S	
Total			164	169		

Reliabilitas =  $2M/(N1+N2) = 2(12)/(17+17)=24/34=0,705$

### 3.4.1 Hasil Uji Reabilitas

Berdasarkan tabel 4.1 dan 4.2 di atas dapat diketahui bahwa antara coder 2 dan coder 1 mempunyai tingkat reliabel yang tinggi, yaitu melebihi angka minimum reliabilitas 0.7 atau 70%. Diantaranya didapat angka reliabilitas citra yang diinginkan (*wishes image*) sebesar 0,76 atau 76%, citra serbaneka (*multiple image*) sebesar 0,88 atau 88% dan secara keseluruhan memiliki nilai reliabilitas 0,705 atau 70,5%.

Dari ketiga uji reliabilitas yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang telah dikategorisasikan oleh peneliti memiliki keandalan dalam mengukur jenis citra yang terkandung dalam tayangan televisi. (Krippendorff, 2006:212).

Berdasarkan hasil pengolahan data jenis citra yang diinginkan yang peneliti lakukan, dapat diketahui dari dua pengkodean tersebut yang menyatakan citra yang diinginkan (*wishes image*) terbanyak pada segmen 2 episode 24 Oktober 2014 sebanyak 6/39(100) 15,3%.

**Tabel 1.4**  
**Jumlah segmen yang mengandung unsur citra yang diinginkan (*wishes image*)**

No	Indikator	Jumlah segmen	Total Segmen	Presentase
1	<i>Good awareness</i>	13	17	13/17(100)=76,4%
2	Menyenangkan	6	17	6/17 (100) =35.2%
3	<i>Take and give</i>	11	17	11/17(100)=64,7%
Rata-rata				58,7%

**Sumber : Olahan peneliti**

Dari tabel 1.4 menjelaskan bahwa Menurut pengamatan kedua *coder* kategori *good awareness* merupakan kategori terbanyak yang ditampilkan melalui tayangan 86 mulai dari episode 20 Oktober 2014 sampai dengan 24 Oktober 2014 yaitu sebesar 76,4% dari keseluruhan kategori jenis citra yang diinginkan (*wishes image*), dengan rata-rata jumlah segmen penampilan citra yang diinginkan (*wishes image*) adalah 58,7%.

Dari hasil pengolahan data jenis citra serbaneka yang peneliti lakukan, dapat diketahui dari dua pengkodean tersebut yang menyatakan citra serbaneka (*multiple image*) terbanyak pada segmen 3 episode 22 Oktober 2014 sebanyak 13/120(100) 10,8%

**Tabel 1.5**  
**Jumlah segmen yang mengandung unsur citra serbaneka (*multiple image*)**

No	Indikator	Jumlah segmen	Total Segmen	Presentase
1	Identitas	16	17	16/17(100)=94,1 %
2	Atribut	17	17	17/17(100)=100%
3	Logo	7	17	7/17 (100) =41,1%
4	<i>Brand's name</i>	7	17	7/17(100) =41,1%
5	Seragam	16	17	16/17(100)=94,1 %
6	Sosok gedung	4	17	4/17(100)=23,5 %
7	Penampilan para profesional	16	17	16/17(100)=94,1 %
Rata-rata				69,7%

**Sumber : Olahan peneliti**

Dari tabel 1.5 menunjukkan bahwa Menurut pengamatan kedua *coder*, atribut merupakan kategori yang sering muncul di tayangan 86 pada episode 20 Oktober 2014 sampai dengan 24 Oktober 2014 sebanyak 17 segmen penayangan atau 100% dari keseluruhan kategori jenis citra serbaneka (*multiple image*) yang ada dalam 17 segmen, karena atribut merupakan bagian yang selalu digunakan oleh Polisi dalam menjalankan tugasnya. dengan rata-rata dari keseluruhan segmen adalah 69,7% mengandung jenis citra serbaneka (*multiple image*).

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan, dan sesuai dengan rumusan masalah di awal dapat disimpulkan :

1. Program 86 NET TV mengandung jenis citra di dalamnya, yaitu citra yang diinginkan (*wishes image*) dan citra serbaneka (*multiple image*)

2. Jumlah segmen masing-masing kategori yang menayangkan jenis citra yang diinginkan (*wishes image*) melalui tayangan 86 mulai dari episode 20 Oktober 2014 sampai dengan 24 Oktober 2014 yaitu *good awareness* sebesar 76,4% dari keseluruhan kategori jenis citra yang diinginkan (*wishes image*). Selanjutnya kategori terbanyak kedua adalah *take and give* sebesar 64,7% penayangan. Dan yang terkecil adalah kategori menyenangkan hanya terdapat 35,2% dari keseluruhan kategori dalam jenis citra yang diinginkan (*wishes image*). Dengan rata-rata jumlah segmen penampilan citra yang diinginkan (*wishes image*) adalah 58,7%. segmen 2 episode 24 Oktober 2014 memiliki frekuensi terbanyak dari keseluruhan segmen yang di jadikan objek sebanyak 6 kali penayangan. atau 15,3%. di dalamnya terdapat kategori jenis citra yang diinginkan yaitu *good awareness* sebanyak 4 kali penayangan dan *take and give* 2 kali penayangan.
3. Jumlah segmen masing-masing kategori yangn menayangkan jenis citra serbaneka (*multiple image*) menunjukkan bahwa kategori “atribut” adalah yang selalu ada dalam setiap episode sebanyak 17 segmen penayangan atau 100% dari keseluruhan kategori jenis citra serbaneka (*multiple image*). Terdapat 120 kali penayangan yang disetujui oleh ke 2 *coder* (Indah dan Gita) dengan segmen 3 episode 22 Oktober 2014 memiliki frekuensi terbanyak dari keseluruhan segmen yang dijadikan objek penelitian sebanyak 13 kali penayangan atau 10,8% citra serbaneka (*multiple image*), di dalamnya terdapat kategori jenis citra serbaneka yaitu identitas sebanyak 1 kali penayangan, atriibut sebanyak 3 kali penayangan *brand's name* sebanyak 2 kali penayangan seragam sebanyak 1 kali penayangan, sosok gedung sebanyak 1 kali penayangan, dan penampilan professional sebanyak 5 kali penayangan. dengan rata-rata dari keseluruhan segmen adalah 69,7% mengandung jenis citra serbaneka (*multiple image*)
4. Presentase rata-rata jumlah segmen yang menayangkan jenis citra serbaneka (*multiple image*) adalah yang terbanyak dibandingkan dengan jenis citra yang diinginkan (*wishes image*), yaitu mencapai 69,7%, sedangkan citra yang diinginkan (*wishes image*) hanya 58,7% saja.

**Daftar Pustaka :**

- [1] Ardianto, Elvinaro., Lukiato, Komala., & Karlinah, Siti. 2007. Komunikasi massa Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Ardianto, Elvinaro. 2011. Metodologi Penelitian untuk *Public relations* Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] McQuail, Denis. 1996. Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar (terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- [4] Morissan. 2008. Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [5] Morissan. 2008. MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS: Strategi Menjadi Humas Profesional. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [6] Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi suatu pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [7] Rakhmat, Jalaludin. 2003. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- [8] Rakhmat, Jalaludin. 2005. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.