

Bias Selebritas Petugas Kepolisian dan Kepercayaan Publik

Ilham Prisgunanto¹

Abstrak

Bias selebritas adalah fenomena baru yang muncul seiring terbukanya kran informasi dengan menjamurnya media massa tanpa kontrol dari Negara. Bias selebritas akan menempel erat pada tokoh-tokoh publik, seperti; selebritis, pejabat negara, pengacara, aparat penegakan hukum (polisi, jaksa dan hakim). Sorotan kamera, rekaman mikropon, kedipan lampu blitz selalu mengarah pada pihak-pihak tersebut guna 'mengejar' news value. Dengan kerja serabutan dan tidak ketatnya penyortiran awak media massa terjebak dalam bias-bias selebritas. Semua kasus diatur sesuai alur cerita dan penokohan dari sang tokoh. Publik yang mudah marah akan menghakimi dan menghujat, sehingga muncul konflik dan benturan keras di masyarakat dan yang berlaku adalah pengadilan jalanan. Publik semakin larut dalam media literate (buta media), akibatnya proses penegakan hukum terlecehkan atau terjadi penghinaan atas peradilan (cortem of court). Ujung dari permasalahan ini adalah semakin rendahnya kepercayaan publik pada aparat Kepolisian.

Kata Kunci : Bias selebritas, kepercayaan publik, buta media massa, pengadilan rakyat, kultivasi

A. Pendahuluan

Polisi adalah aparat penegak hukum yang selalu menjadi sorotan media massa yang dapat disamakan dengan selebritas. Tugas dan kerja polisi begitu mulia karena menegakkan keadilan dan membela hak yang benar dan melawan kebatilan. Apa saja yang sudah dikerjakan dan apa hasil oleh polisi dalam upaya penegakan hukum perlu diinformasikan agar masyarakat rasa aman, terlindungi dan hak-haknya sebagai warga negara dipenuhi. Negara yang aman terindikasi dari adanya rasa kenyamanan masyarakat dan rendahnya angka kriminalitas.

Bagaimana menciptakan rasa aman tersebut? Apakah cukup dengan unjuk kinerja yang baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat? Demikianlah pertanyaan

1 Kandidat Doktor Ilmu Komunikasi UNPAD dan Pengajar Tetap PTIK Mata Kuliah - Komunikasi Sosial

lugas yang akan dijawab dalam tulisan ini dengan pengajuan kajian-kajian teoritik yang selama ini banyak dilupakan orang. Apakah hanya indikator-indikator kerja yang baik, masyarakat melihat mereka puas selesai sudah. Bila dilihat secara lugas sedemikian akan terlihat bahwa kinerja polisi yang berhubungan dengan kepercayaan publik sedemikian kaku dan hanya dalam konteks-konteks kepuasan secara nyata dalam kehidupan.

B. Kebebasan Pers dan Euforia Media Massa

Era reformasi dalam bidang pers ditandai dengan dicabutnya SIUP (Surat Izin Usaha Penerbitan) yang menandakan tumbangnya era Orde baru yang saat itu marak memberangus pers yang disinyalir melawan dan tidak sejalan dengan program pembangunan Nasional. Dibubarkannya Departemen Penerangan (Deppen) menunjukkan keseriusan Pemerintah untuk memberikan transparansi kerja dan menerima kritik dan kecaman keras dari rakyat terhadap penyelewengan yang ada. Negara kehilangan taringnya dan terjadilah euforia pers dengan menjamurnya media massa cetak, elektronik dan televisi di Indonesia ini.

Semula industri televisi swasta nasional disinyalir hanya dikuasai oleh klan Cendana (keluarga Suharto) ternyata melebar dengan bermainnya pelaku industri lain. Sesuai dengan hukum seleksi alam media massa itu berguguran karena tidak adanya pengalaman dan manajemen yang apik dalam mengelola usaha industri media massa tersebut. Satu yang perlu dipahami bahwa mengoperasikan industri media massa memerlukan modal yang sangat besar, bahkan terkadang tidak sesuai dengan laba yang diterima.

Pers yang semula berlindung pada kekuatan Negara dalam jaminan bantuan sokongan dana (subsidi), mulai dari harga kertas, sewa satelit, penggunaan frekuensi murah dan potongan pajak semua dihilangkan. Artinya pers harus berdikari dan melepas semua subsidi yang pernah diberikan Negara dengan konsekuensi diberikan kebebasan dalam berekspeksi dan menyiarkan berita. Alhasil sesuai hukum ekonomi politik, maka yang berkuasa mengatur segalanya di era pers bebas (free press) adalah pasar. Berlakulah ekonomi liberalis dimana pasar yang menentukan segala isi dan arah isu pemberitaan.

Pers semakin berwajah industri dan mereka hanya mementingkan perolehan 'kocek laba' melalui kantong iklan atau penjualan oplag. Sudah menjadi rahasia umum pers yang sedemikian akan memandang pers adalah sebuah industri dan perlu mencari uang. Oleh sebab itu, mereka akan lebih mencari news value daripada hal lain. Etika, norma dan tata nilai akan 'diterabas' dengan asumsi ideologi bahwa pers bebas melakukan apa saja, tanpa ada ikatan apapun. Indikasi kuat pandangan tersebut adalah semakin lemahnya posisi asosiasi-asosiasi wartawan dan jurnalis untuk membela anggotanya yang merasa teraniaya dan terkekang secara mental sehubungan dengan berita yang mereka buat.

Lambat laun pers kehilangan muka dengan memandang sesuatu tidak secara bijak. Mereka berprinsip cukup membela dan berpihak kepada siapa saja yang mau membayar.

Kedewasaan berpikir insan pers atas prinsip kehati-hatian dan menyadari diri mereka adalah corong masyarakat semakin luntur akibat himpitan kebutuhan hidup. Bila pers mau hidup idealis, mau makan apa staf dan karyawan mereka? Demikian pertanyaan sinis insan pers bila menanggapi idealisme di era serba industri bagi pers.

Belum lagi masalah kepemilikan media (media owners) yang dipahami turut andil dalam memberikan arahan substansi dan arah isi pemberitaan media massa. Di era reformasi setelah jatuhnya rezim orde baru, dipahami terjadi perubahan konstelansi kepemilikan akan media massa. Semula kepemilikan jaringan stasiun televisi swasta nasional dikuasai oleh 'klan Cendana' yang dianggap dekat dengan poros kekuasaan. Perubahan konstelansi kepemilikan media massa ini ternyata sedikit banyaknya memberikan nuansa baru terhadap isi media massa. Semula isi media massa begitu membosankan dan monoton, menjadi sangat kreatif, beragam dan penuh dengan kebebasan.

Euforia kebebasan pers di Indonesia ditandai dengan menjamurnya media massa, demikian juga dengan pemain baru dalam bidang kepemilikan media massa. Bayangkan dengan tidak adanya SIUP orang bebas mendirikan media massa apapun tanpa ada ketakutan akan bayang-bayang 'breidel' dan pemberangusan. Tidak adanya kekuatan dari organizational level seperti PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) dan AJI (Aliansi Jurnalis Indonesia) untuk menekan dalam penerbitan kartu pers, menyebabkan orang dengan mudah membuat kartu pers hanya dengan bermodalkan tanda tangan si pemilik media.

Kehadiran pemilik media massa yang baru kadang tidak berjalan lancar. Mereka yang tidak memiliki pengalaman dan pemahaman terhadap kerja industri media massa akan berguguran dan bangkrut. Tak jarang banyak media massa yang bangkrut dan tutup sejalan dengan semangat euforia ini. Perlu disadari bahwa operasi kerja media massa itu tidak murah, bagi kebanyakang orang disadari mendirikan media massa seperti mengisi 'tong kosong' dengan air, dengan perolehan 'kocek' yang tidak jelas.

Dari sinilah tersaring bahwa pemilik media massa saat ini lebih mengarah kepada adanya sisipan ideologi politik praktis yang terlihat secara eksplisit. Industri media massa saat ini sudah terseret pada ajang pertarungan politik, terlihat dari beberapa pemilik swasta nasional yang nyata-nyata adalah juga tokoh partai politik (parpol). Media massa adalah proyek gengsi bagi pemain politik yang juga merupakan tiket mahal mereka untuk tetap populer dan dikenal oleh masyarakat.

Pertarungan kepentingan yang penulis sebutkan dalam tulisan di atas berangkat dari pemahaman dari Shoemaker and Reese yang dikonseptualisasikan dalam pemahaman sosiologi media dalam tarik ulur ideologi. Shoemaker and Reese ini mengkonseptualisasikan pertarungan itu seperti siung kulit bawang. Dengan pemahaman kepentingan yang satu pasti bersinggungan dengan kepentingan yang lain dan sudah dapat dipastikan bahwa

awak jurnalis memiliki kepentingan abadi terhadap motivasi mereka mendirikan media massa.

Konseptualisasi Shoemaker and Reese ini kemudian banyak menyadarkan kepada banyak orang tentang kepentingan abadi yang ada di balik media massa. Pandangan yang menyebutkan media massa itu idealis, membongkar kemungkaran dan dapat digunakan sebagai bahan kontrol terhadap kehidupan manusia ternyata terbantahkan, sebab media massa juga masih memerlukan uang untuk operasi kerja mereka. Media massa harus bertahan hidup sesuai dengan tuntutan zaman dan perubahan kondisi ekonomi politik, baik secara nasional maupun internasional.

C. Bias Selebritas dan Petugas Polisi

Tampilnya pers dalam wajah industri tentu saja memunculkan peluang-peluang perolehan uang baru dalam tataran ekonomi politik media massa. Salah satunya adalah bias-bias selebritas yang dapat dilakukan oleh insan pers. Prediksi akan munculnya bias selebritas dalam media massa ini sudah disebutkan dengan lugas oleh Straubhaar and La Rose yang dikonseptualisasikan dengan sistem bintang (Star System) (2004:162). Prediksi ini dimungkinkan dengan kehadiran studio-studio pembuatan film yang berusaha mempopulerkan nama dan tokoh yang semula tidak dikenal menjadi terkenal.

Dahulu orang menganggap menjadi pemain film (aktor) adalah kunci menjadi populer dan terkenal, namun saat ini telah terjadi pergeseran dengan menjamurnya stasiun televisi swasta nasional. Dengan terpuruknya film nasional Indonesia akibat dari mahalnya ongkos pembuatan menyebabkan orang banyak melirik pada stasiun televisi nasional yang dianggap memiliki kemampuan yang sama dalam membuat orang menjadi populer.

Buktinya dari prediksi sistem bintang oleh Straubhaar dan La Rose ini dengan bermunculannya kompetisi-kompetisi mulai dari Indonesian idol, AFL, "Indonesia Mencari Bakat", "Kontes Dangdut Indonesia" dan lain-lain dalam acara program televisi swasta di Indonesia. Tidak peduli apakah mereka menjiplak dari orisinalitas program asing. Televisi begitu berdaya menjadi agen untuk membuat orang menjadi terkenal dalam ajang popularitas.

Tak heran pada perkembangan pertelevisian muncul berita-berita menyoal sistem bintang ini yang sudah dikenal dengan infotainment. Berita yang menyajikan isu-isu dan kasus-kasus yang ada pada selebritis. Tentu saja selebritis di sini tidak terbatas pada artis dan aktor film saja, melainkan semua pihak yang sudah dikenal luas oleh masyarakat dalam ketgeori populer. Bisa ia tokoh politik, olahragawan, paranormal, pejabat publik, dan lain-lain, juga orang yang memiliki kelebihan atau kontroversi di masyarakat.

Siapa yang menentukan seseorang menjadi selebritis atau bukan? Tentu saja dari pihak stasiun televisi tersebut. Seleksi selebritis ini terkadang subyektif dan serampangan,

namun banyak orang menganggap sebaliknya ketat dan penuh dengan kompetensi. Padahal televisi kembali pada sifat aslinya sebagai media massa berparas industri akan mengemas sesuatu demi mengejar kebutuhan mencari keuntungan, bukan atas dasar menyejahterakan masyarakat. Sesuai dengan pendapat Harrold Laswell menyebutkan media massa akan tampil dalam kepentingan untuk sarana pertunjukkan saja (entertain), tidak untuk sarana pendidikan (education), pengawasan (surveillance) dan pelestarian budaya (heritage) (Schramm dalam Straubhaar and La Rose, 2004).

Satu yang perlu dipahami bahwa bias selebritas ini sifatnya sementara, tidak langgeng. Bak seperti gelembung sabun yang ditiupkan begitu indah, besar dan menarik, tetapi hanya bersifat sementara saja. Kemudian gelembung itu akan pecah dan banyak orang akan tercengang, namun setelah itu orang akan melupakan dan mencari gelembung sabun yang lain. Demikian seterusnya oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa selebritis memiliki daur hidup dan tidak langgeng seterusnya.

Hal inilah yang harus dipahami semua orang dalam memandang selebritis dalam sistem pertelevisian dan film di Indonesia. Kondisi Indonesia saat ini sama dengan di Amerika pada tahun 1922 dengan maraknya kemunculan dunia televisi di sana. Kriminalitas, pornografi, politik dan infotainment adalah yang mendominasi semua isi media massa. Tentu saja penyaring isu-isu yang beredar marak di konten media massa adalah kontrol orang tua dan ketahanan mental dari pendidikan agama.

Maraknya sistem bintang ini diyakini didukung karena masih banyak orang memandang bahwa media massa sangat berdaya (powerfull) mengarahkan sikap dan perilaku pemirsa. Sesuai dengan aliran mazhab makro dari uses and gratifications theories yang menyebutkan ketakutan berlebihan bahwa media massa dapat mengubah sikap dan perilaku orang dalam waktu yang sangat singkat. Media massa akan menerpa aspek kultural masyarakat dan kemudian akan mengubah sikap mereka serta merta.

Di lain sisi diketahui, bahwa pejabat teras polisi di lapangan sering berhubungan dengan media massa dalam upaya transparansi kerja mereka kepada masyarakat. Kesadaran masyarakat untuk ikut berpartisipasi langsung dalam proses penegakkan hukum memunculkan tingkat kebutuhan informasi terutama menyoal kriminal. Seperti yang sudah disebutkan oleh penulis bahwa kriminalitas merupakan salah satu isu berita yang paling dicari masyarakat saat ini dalam konteks dramaturgis.

Munculnya panggung drama tentang kisah penangkapan polisi terhadap penjahat kerap digelar pers hanya dalam upaya memenuhi kebutuhan informasi masyarakat tadi. Tak heran kemudian berkembang program tersendiri tentang kriminalitas yang ternyata diminati masyarakat. Keseringan aparat kepolisian diliput dan dijadikan narasumber menyebabkan mereka berubah menjadi selebritis, dengan anekdot dibenci namun tetap dicari. Dibenci karena isu-isu negatif tentang segelintir oknum yang berperilaku

menyimpang dan dicari karena merupakan narasumber berita utama dalam penyelidikan dan penyidikan kasus kriminal.

Tentu saja dengan lugas penulis katakan petugas polisi juga akan terkena bias-bias selebritas yang diterangkan dalam tulisan ini. Pers dengan mudah memasukkan mereka dalam ranah publik yang digambarkan beranekaragam menurut cita rasa pasar. Seperti gelembung busa yang besar dan petugas dimasukan ke dalamnya. Di sini yang mengatur bukan diri petugas Polisi lagi, melainkan insan pers yang berlingung di balik jargon, "Publik Berhak Tahu," Tentu saja perlu dipahami bahwa gelembung busa itu tidak akan kuat dan bertahan lama, karena sesuatu fantasi yang sifatnya sementara saja. Bila busa itu sudah pecah, maka hilanglah semua popularitas dan kerap yang terjadi sang tokoh yang diselebritiskan akan tersungkur jatuh dan kehilangan muka.

D. Keserampangan Pemilihan Narasumber Berita

Perhatikan klaim-klaim membenaran pers dalam pemilihan narasumber yang cenderung serampangan. Alhasil bertaburanlah nama-nama yang semula tidak dikenal publik yang lalu tiba-tiba menjadi populer 'bak selebritis' dalam berita infotainment. Pers membuat mereka menjadi populer dan terkenal sebagai ahli atau pakar tertentu meski tidak pernah menulis buku atau hadir dalam seminar-seminar dengan tema tertentu. Padahal sebelumnya ia adalah bukan siapa-siapa dan dirasa tidak memiliki kompetensi menjadi narasumber.

Sesuai kewenangannya, pers adalah gate keeper sehingga bisa menentukan dan memaksakan orang untuk menjadi narasumber dan berbicara serampangan tanpa dasar pengetahuan yang mumpuni. Semua dilakukan atas dasar kedekatan, pertemanan dan perjanjian di belakang layar yang publik tidak tahu. Biasanya, setelah menjadi narasumber mereka serta merta membuat LSM atau lembaga kajian 'anu' dan membiai dirinya menjadi sang pakar bidang 'anu'.

Fenomena haus popularitas saat ini begitu marak dalam upaya mengejar bias-bias selebritas yang sebelumnya penulis paparkan di awal tulisan ini. Bayangkan, stasiun televisi mengobrol ranah publiknya bagi siapa saja untuk menjadi komentator dan penulis opini dengan langsung mengeluarkan daftar nama rekanan tulisan pesanan dari jalur kolusi dan nepotisme. Pihak pers mengadaikan konsep dasar cover both side yang dipegang teguh dan mulai melelangkan popularitas untuk dijadikan lahan bisnis baru dalam kontes dunia pers modern. Slot dibeli, prime time disewa dan semua dicurahkan untuk kepentingan melangsirkan selebritas instan sosok pakar.

Berdasarkan dari pemikiran inilah muncullah kekhawatiran, bahwa pers mampu menguasai ranah publik orang dan mengadaikan popularitas hanya demi pemasukan kocek belaka. Kekhawatiran ini muncul, tentu atas dasar pers yang menguasai ranah

publik sudah dikuasainya oleh kepentingan uang dan hanya mereka berduit yang mampu berbicara leluasa di depan publik, sedangkan yang miskin terhempas dan tergilas. Dengan demikian jelas, praktik demokratisasi media massa saat ini sudah mati dan terkubur oleh sikap insan pers yang keliru memahami peran mereka yang sentral di masyarakat.

Kerja pers akan ditanggapi dengan pandangan sinis dan mencibir. Satu yang perlu dipahami, publik bukanlah pihak yang bodoh yang tidak tahu. Malah diketahui sebaliknya mereka menunggu dan mengikuti apa yang dilangsir dalam pemberitaan. Publik tidak akan melakukan klaim dengan melakukan tindakan ekstrim, seperti; membakar kantor pers dan memberangus produknya, menghakimi insan pers atau melaporkannya kepada pihak berwajib. Sebab sistem hukum di Indonesia tidak menunjang hal itu, apalagi dengan tidak jelasnya penerapan aspek legalitas pers. Semuanya dilakukan atas dasar hukum rimba, siapa yang kuat dia yang menang.

Kegandrungan pers memainkan popularitas sosok orang di ranah publik akan ditanggapi lebih menyeramkan, yaitu kebangkrutan pers. Kasus-kasus yang dicuatkan pers seperti Bank Century, Kriminalisasi KPK, Markus di tubuh Polri, kejaksaan, pajak dan sistem peradilan dan lain-lain bila tidak tuntas bukan hanya melemahkan Negara, melainkan juga pers akan bangkrut kepercayaan publik. Imbas yang sangat jelas adalah orang akan enggan mengkonsumsi informasi berita dan mau dijadikan narasumber berita. Sebab di mata banyak orang, pers tidak jujur, seimbang dan hanya berpihak pada yang bayar bukan pada yang lemah. Publik kemudian akan membreideil pers dengan alanya sendiri terutama dengan mengklaim tidak mau membeli produk-produk yang diiklankan oleh stasiun televisi 'anu' atau surat kabar 'anu', seperti marak terjadi di Amerika Serikat. Bagaimana dengan Polri saat ini?

E. Kasus Bias Selebritas Komjen Pol. Susno Duadji

Kesaksian Komjen Pol. Susno Duadji mantan Kabareskrim Mabes Polri di depan Pers (18/3) lalu cukup mengagetkan karena menyebutkan adanya dugaan penggelapan pajak sebesar 25 (dua puluh lima) miliar rupiah oleh Mabes Polri yang melibatkan beberapa Jenderal, Ajun Komisaris Besar (AKBP) dan Komisaris Polisi (KOMPOL). Kesaksian ini dicuatkan dengan alasan ingin membantu Kapolri dalam membersihkan dan mereformasi tubuh polri guna mencegah adanya pengkhianat, serta memberantas Markus (Mafia Kasus). Komjen Pol. Susno Duadji kemudian melaporkan penyelewengan ini ke Satgas Pemberantasan Mafia Hukum di kantor UKP4, gedung Dewan Pertimbangan Presiden.

Dengan segera, keesokan harinya (19/3) Mabes Polri mengklarifikasi pernyataan pak Susno tadi dengan membantah mentah-mentah, bahwa proses penyidikan dan penegakan hukum yang dilakukan jajarannya sudah benar dan sesuai koridor hukum. Dalam konferensi pers itu malah dengan tegas disebutkan penyelewengan terjadi pada saat pak

Susno menjabat Kabareskrim, dengan demikian jelas siapa biang kerok masalah kasus ini. Demikianlah kira-kira benang merah agenda cerita kedua kubu yang sedang berseteru. Demikian kira-kira ledakan berita (*News booming*) yang cukup mengemparkan beberapa waktu lalu.

Media massa dengan keandalan kultivasinya dapat mendramakan pertarungan antara Polri dengan Susno yang dianggap sebagai pihak pesakitan dari Polri. Berita dilangsir dengan lakon Polri dijelek-jelekan dan Susno semakin dicuatkan sebagai pahlawan perang ranah publik. Tentu saja dalam upaya memompa penjualan iklan dan dengan alasan mengikuti suara publik ranah publik untuk Polri diperkecil dan diperbesar untuk mereka yang anti Polri.

Susno makin tampil gagah di depan pers dan menyebutkan nama inisial pejabat dan staf jajaran Polri yang menyimpang jelas dalam kasus ini yang diutamakan adalah bias-bias selebritas melalui pers. Satu hal di sini yang terpenting bukanlah isi pesan (*content*), melainkan sosok. Tampilnya Susno di media massa semakin memberikan sinyal kuat dirinya seperti selebritis dalam sinetron dengan kisah yang sudah dapat ditebak dengan tayangan berulang-ulang guna mendongkrak kantong iklan pers.

Apakah bias selebritas ini berbahaya? Kekhawatiran akan bias selebritas bisa menyesatkan publik pernah disebutkan McCain ketika ketika berhadapan dengan Obama dalam debat kandidat, bahkan dengan lugas Mc Cain mengatakan Obama tak layak seperti selebritis sekelas Britney Spear. Bias selebritas ini sifatnya sementara dan orang akan terbius bukan dari sosok sesungguhnya, melainkan tampilan luar yang dipermak pers penuh kepalsuan di depan kamera dan alat rekam yang dibawa.

F. Pembahasan

1. Pelanggaran Kode Etik

Satu yang perlu diketahui bias selebritas dalam kasus ini sudah disebutkan sebelumnya bersifat sementara (*efek simulakra*) dan publik hanya mengenal seseorang pada pemberitaan awal dimana sosok itu digembar-gemborkan. Ingat, nama Susno muncul dan mencuat kepermukaan karena kasus kriminalisasi KPK dan waktu itu ia mewakili Polri yang dianggap buruk. Awalnya pers menjelek-jelekan sosok Susno habis-habisan yang dikatakan biang korup, lalim, biang kerok dan lalim. Namun lucunya, kemudian setelah Susno digeser dirinya malah berubah menjadi orang teraniaya, pembela kebenaran dan seperti Nabi. Preseden ini semakin menunjukkan pers bersikap mendua terhadap Susno yang sebenarnya hanya digunakan untuk menjual berita saja. Susno dikomodifikasikan pers untuk meraup keuntungan.

Posisi (*positioning*) kuat yang melekat di benak khalayak terhadap Susno adalah

embel-embel dirinya anggota Polri tertinggi. Oleh sebab itu, perlu dicermati, tidak mungkin beliau bisa lepas dari bayang-bayang Polri. Publik akan mudah melupakan dirinya sebagai pahlawan, nabi dan reformis Polri, malah sebaliknya perusak KPK, markus dan orang pesakitan. Ingatan ini sangat mudah dipicu (reinforce) dalam memori publik dengan pers melangsir ulang isu-isu kriminalisasi KPK.

Apa yang dilanggar dalam kasus Susno ini? Karena Susno masih berstatus anggota Polri aktif, maka jelas beliau melanggar Peraturan Kepala Kepolisian RI No. Pol. 7 tahun 2006 tentang Kode Etik Profesi Kepolisian Negara Republik Indonesia. Tanpa mendahului proses hukum yang berjalan disebutkan dalam pasal 15 peraturan itu, bahwa pelaku bisa dihukum pidana minimum 3 (tiga) bulan dengan kekuatan hukum yang terap. Tidak itu saja bersangkutan akan dicopot dan dikeluarkan dari anggota Polri dengan tidak hormat.

Pasal-pasal yang dilanggar dalam peraturan itu jelas, mulai dari pasal 10 butir f, tidak menyebarkan berita yang meresahkan masyarakat. Kemudian pasal 10, anggota Polri wajib menghindari diri dari perbuatan tercela yang dapat merusak kehormatan profesi dan organisasinya serta menjunjung tinggi nilai kejujuran, keadilan, dan kebenaran demi pelayanan pada masyarakat dan pasal 7 butir 4, bahwa setiap anggota Polri dalam melaksanakan perintah kedinasan tidak dibenarkan melampaui batas kewenangannya dan wajib menyampaikan pertanggungjawaban tugasnya kepada atasan langsung. Pasal-pasal inilah yang mungkin akan menghadang Jenderal bintang tiga nanti dalam persidangan kode etik.

Berbeda dengan itu pihak Susno sudah dapat dipastikan akan melawan dengan pasal 7, butir 3, bahwa setiap anggota Polri wajib menolak perintah atasan yang melanggar norma hukum dan untuk itu anggota tersebut wajib mendapatkan perlindungan hukum. Ditambah lagi dengan pasal 8, setiap anggota Polri wajib menampilkan sikap kepemimpinan melalui keteladanan, kejujuran, keadilan, ketulusan dan kewibawaan untuk melaksanakan keputusan pimpinan yang dibangun melalui tata cara yang berlaku guna tercapainya tujuan organisasi.

Pertarungan pembelaan antar pasal ini dapat dengan jelas terlihat nanti pada sidang kode etik, dan tentu saja yang dipertaruhkan adalah sama, kedua wajah baik Polri maupun Susno. Sayangnya keduanya merupakan representasi penegak hukum, sebab Susno adalah perwira tinggi (PATI) senior di Mabes Polri, sehingga mau tidak mau sosok beliau tetap membawa cerminan pimpinan Polri. Titik perlawanan Susno bukan pada sidang kode etik melainkan perjuangan melalui pemberitaan dan jalur pers. Seolah-olah hingar bingar Mahkamah Konstitusi mengangkat kasus kriminalisasi KPK melalui pers akan diulangi lagi. Publik dijadikan sebagai senjata dan dibiarkan mereka menghukum dengan caranya sendiri tidak perlu peradilan. Tentu saja ini adalah bentuk dari penghinaan terhadap sistem peradilan di Indonesia. Klaim-klaim sedemikian akan merembet kepada klaim

ketidakmampuan Pemerintah melakukan penegakan supremasi hukum. Dengan demikian jelas sekali, sasaran tembak Susno bukan sekedar Kapolri, melainkan Negara.

Bukti kuat adalah kasus yang dicuapkan menyoal pajak yang saat ini Pemerintah sedang gembarkan untuk digenjot dalam upaya pemasukan anggaran negara. Apalagi ini dicuapkan pada masa-masa bulan Maret sebagai batas waktu penyeteroran SPT PPh. Imbas yang akan muncul adalah sikap beringas orang dengan adanya kasus penggelapan pajak oleh petugas pajak yang jumlahnya spektakuler. Oleh sebab itu perlu diyakini bahwa faktor politis di belakang permasalahan Susno sangat besar, dan itu dapat merembet pada masalah-masalah kenegaraan yang lain dan ketidakpercayaan publik.

Dengan jelas, penulis katakan pertarungan ini bagi kedua-dua pihak seperti memakan buah simalakama dengan istilah kalah jadi abu, menang jadi arang. Oleh sebab itu mulailah kedua-dua pihak berbicara empat mata dari hati ke hati dengan kepala dingin saling berbagi dan sadar. Apa maunya pak Susno dan Polri ditemukan dalam koridor kekeluargaan dalam tradisi dan tata cara internal dan tidak usah orang lain tahu selesaikan baik-baik. Lebih baik kalah terhormat, daripada menang dengan cemoohan. Ingatlah sosok jenderal adalah panutan dan tindak tanduknya tercatat dalam ingatan bawahan yang akan dibawa dalam dongeng-dongeng tidur anak cucu, jadi bagaimana anak cucu kita nanti bila semua sosok panutan tidak bijaksana?

2. Kepercayaan Publik dan Kemitraan

Satu hal yang perlu dipahami, bila petugas polisi selalu bermain-main dengan pers adalah mereka akan terseret pada ketidakpercayaan dan kebangkrutan publik. Pers lambat laun akan digambarkan negatif, demikian juga dengan semua yang berhubungan dengannya. Kegandrungan aparat kepolisian yang tampil serampangan sebagai narasumber di media massa akan menyebabkan ketidakpercayaan publik kepada institusi penegak hukum itu.

Padahal pasca reformasi dengan lepasnya Polri dari Departemen Pertahanan dan bukan bagian dari TNI reputasinya sudah baik, bahkan dalam kasus pemberantasan dan penumpasan terorisme di Indonesia sudah mendapat 'acungan jempol'. Keseriusan Polri juga terlihat dengan pemberian layanan prima yang transparan kepada masyarakat di semua lini. Bagaimana imbasnya dengan permainan bias selebritas oleh petugas polisi? Demikianlah pertanyaan yang akan dijawab dalam tulisan ini.

Pada beberapa waktu lalu dalam kegiatan Dianmas tentang Pelaksanaan QuickWins Dalam Aplikasi Kinerja Polri Dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat yang dilakukan oleh jajaran PTIK yang melibatkan dosen, peneliti dan mahasiswa, diketahui untuk studi kasus Polres Bangkalan-Madura dilakukan penelitian secara kuantitatif. Dalam penelitian itu ditemukan secara keseluruhan score untuk kepercayaan publik kepada gambaran Polisi

yang baik mencapai Mean 2,551401 dengan rentang score sebagai berikut:

SCORE	Kategori
2.5-3.00	Sangat Baik
2-2.5	Baik
1,5-2	Buruk
0-1,5	S a n g a t Buruk

Artinya bahwa Kepercayaan Publik kepada aparat Polri sudah dapat dikategori sangat baik. Dengan demikian dari hasil survei pendapat masyarakat tersebut dapat diketahui bahwa kepercayaan publik kepada Polri digambarkan sudah baik, bermartabat dan aparatus Negara yang sah (perlu dicatat penelitian ini dilakukan sebelum kasus pak Susno mencuat). Keberhasilan polisi dalam mengungkap kasus teroris dan penegakan hukum di segala bidang sangat dikenal masyarakat, sehingga mereka dianggap sebagai aparatus penegak supremasi hukum yang dapat dipercaya.

Namun setelah itu diuji apakah kepercayaan yang baik ini dikarenakan masyarakat sudah mengetahui dan memahami Tugas Pokok dan Fungsi (TUPOKSI) Polri. Maka

H0 = Tidak ada hubungan antara Kepercayaan Publik dengan Pemahaman TUPOKSI Polri oleh masyarakat

HA = Ada hubungan antara Kepercayaan Publik dengan Pemahaman TUPOKSI Polri oleh Masyarakat

Dari pengujian hipotesis di atas maka didapat data sebagai berikut:

Correlations

	PERCAYA	TUPOKSI		
Spearman's rho	Correlation Coefficient		1.000	.165
	Sig. (1-tailed)			.072
	N		413	80
	Correlation Coefficient		.165	1.000
	Sig. (1-tailed)		.072	
	N		80	80

Dari pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa nilai pvalue yang menunjukkan hubungan keduanya adalah 0,072. Artinya pvalue >0,05 maka dapat diketahui nilai tersebut di atas 0,05 dan yang berlaku adalah penerimaan ruang H0 dan menolak HA.

Dengan demikian kepercayaan publik kepada Polisi bukan disebabkan mereka paham dengan TUPOKSI (Tugas Pokok dan Fungsi) Polri, melainkan oleh hal-hal yang lain.

Tentu saja dapat dipahami tidak adanya pengaruh antara kepercayaan dengan pemahaman TUPOKSI ini menunjukkan begitu mudahnya perubahan citra Polri sebab publik tidak memahami dan mau tahu tentang apa kerja yang dilakukan oleh Polri. Dengan demikian dari penelitian tersebut untuk beberapa tahun ke depan sudah diprediksikan akan marak permainan bias selebritas yang ada.

G. Kesimpulan

Satu hal yang perlu dipahami bahwa pers memiliki agenda media tersendiri dalam melansir sebuah berita. Mereka dengan mudah akan memainkan seseorang ke dalam bias selebritas, demikian juga dengan pihak Polri. Memahami kerja pers dan melek media massa bagi jajaran Polri semakin urgensi dalam menyikapi kasus bias selebritas yang marak baru-baru ini. Keseringan berhubungan dengan pers dengan penyampaian pesan yang serampangan dan terjaga akan menyurutkan kepercayaan masyarakat.

Oleh sebab itu guna menghindari unsur bias dalam penggunaan saluran media massa, maka disarankan untuk mengembangkan pola kemitraan yang berbentuk komunikasi langsung kepada masyarakat. Menguasai komunitas yang nantinya akan menjadi mitra dalam bekerja Polri merupakan strategi jitu dalam melawan pemberitaan yang tidak berimbang.

Bibliografi

Mabes Polri. Peraturan Kepala Kepolisian RI No. Pol. 7 tahun 2006 tentang Kode Etik Profesi Kepolisian Negara Republik Indonesia.

Prisgunanto, Ilham, "Bias selebritas pada Panggung Politik", available at: [Shoemaker and Reese \(1996\). *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. New York: Longman.](http://www.surabayapost.o.id/?mnu=berita&act=view&id=5d95e1b002788032a4a4f4de3f7aac0f&jenis=d41d8cd98f00b204e9800998ecf8427e&PHPSESSID=19af90dd45a0d4c9f6f31cefefc5a691/ditelusur tanggal 22 Maret 2010, pukul 05.50 WIB.</p>
</div>
<div data-bbox=)

Straubhaar and La Rose (2004). *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology*. Belmont: Wadsworth.