

BAB III

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang analisis konstruksi *servant leader* dalam konteks pemimpin di *reality show* mewujudkan mimpi Indonesia yang tayang di *RCTI*. Dalam melakukan analisis wacana kritis, peneliti menggunakan teknik analisis data melalui beberapa elemen yaitu teks dan gambar yang kemudian dijadikan satu menjadi sebuah analisis yang menjadi penemuan peneliti. Media yakni *RCTI* dalam pekerjaannya tidak akan lepas dari perkembangan sosial dan budaya yang ada dalam masyarakat. Media selalu melakukan konstruksi sosial dengan menyeimbangkan struktur sosial yang terdapat di masyarakat. Media dalam hal ini *RCTI* tidak hanya sekedar bekerja untuk memberikan informasi mengenai gagasan, visi dan misi saja, namun *RCTI* juga membentuk dan mengkonstruksi sosok, citra, dan identitas.

Konstruksi yang dilakukan oleh *RCTI* tentu saja bekerja seperti apa yang dilakukan oleh media pada umumnya, yakni menyeimbangkan dengan perkembangan sosial dan budaya yang ada di masyarakat. Melalui acara *reality show* yang diproduksi oleh *RCTI*, sosok Wiranto dibentuk identitas dirinya sebagai seorang calon pemimpin peduli terhadap rakyat kecil yang tentu saja melihat struktur yang sudah tertanam dalam perkembangan sosial dan budaya dalam masyarakat.

Menjelang pemilihan umum 2014 *reality show* menjadi salah satu media alternatif oleh salah satu kandidat calon presiden untuk melakukan kampanye politik dan semakin intens ditayangkan di *RCTI* terutama menjelang pemilihan umum. Kepercayaan bahwa *reality show* akan dengan mudah menarik hati masyarakat dilakukan oleh kandidat bakal calon presiden dan wakil presiden dari partai HANURA yaitu Wiranto dan Hary Tanoë. Media yang dikuasai oleh para pemilik modal, ternyata juga dikuasai oleh elit politik yang memiliki kepentingan politiknya dalam menyebarkan hingga melakukan konstruksi.

Dengan kekuasaan dan kepemilikannya terhadap media, konstruksi yang dilakukan oleh para pemilik modal ataupun elit politik ini memiliki maksud-maksud tertentu yang menguntungkan mereka. Sebuah teks pada sebuah acara televisi tentunya akan lebih condong kepada pihak yang berkuasa dan memiliki peran besar dalam media yang notabene merupakan kandidat partai politik. Faktor kekuasaan tersebut pada akhirnya akan berpengaruh pada konten dari sebuah teks dalam *reality show* yang diproduksi media *RCTI*.

Dalam *reality show* pengambilan gambar sangat kental dengan konsep jurnalistik. Tema-tema yang muncul tidak dalam satu rangkaian yang disebut dengan *scene* tetapi dalam *frame*. Satu tema bisa menampilkan beberapa *frame* dari beberapa *scene* dengan shot yang dipilih disesuaikan dengan bahasa tema yang akan dianalisis. Berikut akan dianalisis kedua tema yang peneliti pilih yang menyangkut dengan

kepemimpinan dalam acara “Mewujudkan Mimpi Indonesia”. tema dalam penelitian adalah pemimpin *Servant leader*, adapun yang lainnya yang peneliti cermati dari tayangan tersebut adanya topik pemimpin sebagai *Hero*.

A. Konstruksi *Servant Leader*

Pesan yang muncul dalam media yang berupa berita, liputan khusus dan sebagainya merupakan sesuatu yang dibangun dan dibentuk oleh media untuk suatu tujuan tertentu. Ada motif dibalik setiap pesan yang ditampilkan yakni ada nilai-nilai yang ingin ditanamkan dalam benak penonton, pemirsa televisi maupun pembaca surat kabar. Karena pada hakikatnya manusia memiliki pengharapan dan kemampuan menyerap pesan itu secara kognisi.

Perubahan kognitif dalam pikiran individu dapat mempengaruhi pula perubahan sikap dan perilaku kita dalam memandang dan memahami dunia. Berkenaan dengan eksistensi media massa, dewasa ini tidak lagi mereproduksi realitas atau tidak lagi menjadi wadah penyaluran informasi, tetapi justru menentukan realitas atau melakukan pembingkaiian melalui pemakaian kata-kata tertentu yang dipilih. Jika ada berita yang menampilkan kerusuhan sosial, misalnya hal ini bukanlah sekedar realitas yang sebenarnya, melainkan lebih merupakan pantulan keikutsertaan media massa tersebut dalam mengkonstruksi realitas.

Reality show mewujudkan mimpi Indonesia yang ditayangkan oleh *RCTI*, merupakan gambaran bahwa media massa telah menampilkan

wacana kepemimpinan yang terlihat berbeda namun masih mengadopsi gaya kepemimpinan lama dan baru dalam hal konsep acara, karena pada dasarnya kebanyakan wacana kepemimpinan selalu ditampilkan melalui iklan politik. Jika dibandingkan dengan *reality show* yang lain yang ditayangkan oleh *RCTI* kebanyakan bertemakan sosial dan tidak pernah menampilkan sosok tokoh terutama tokoh politik, misalnya *reality show* minta tolong, uang kaget, bedah rumah ataupun sebagainya. Dalam acara *reality show* Mewujudkan Mimpi Indonesia ini malah sebaliknya dengan menampilkan sosok tokoh dan merupakan tokoh politik yaitu Wiranto dengan dikonstruksikan sebagai seorang pemimpin pelayan.

Pemilihan *reality show* dalam penelitian ini dilakukan dengan dua episode. Episode pertama Wiranto menjadi tukang becak di kota solo dan episode kedua Wiranto menjadi pedagang asongan, proses konstruksi pemimpin *servant leader* atau pemimpin pelayan dalam *reality show* Mewujudkan Mimpi Indonesia akan peneliti tampilkan melalui adegan sebagai berikut:

3.3





Narasi Wiranto: “ini salah satu cara yang paling baik apa yang sebenarnya mereka rasakan, apa yang sebenarnya mereka harapkan, dan apa sebenarnya yang mereka impikan untuk kita ketahui dengan demikian suatu saat kalau kita mempunyai kewenangan, punya otoritas yang diberikan oleh rakyat tentunya kita bisa mewujudkan mimpi mereka.”

Tema utama (tematik) wacana yang dikembangkan dalam *frame-frame* tersebut terarah pada ideologi yang dipercayai Wiranto yakni pemimpin itu mau turun langsung ke bawah dan menjadi pelayan bukan di layani atau *servant leader*, itu tergambar dan terkonstruksi terhadap dirinya. Hal ini terlihat dari *frame-frame* diatas yang menggambarkan pemikiran dan tindakan-tindakan Wiranto dalam tayangan yang dikonstruksikan media *RCTI* . Secara detil dari narasi diatas memiliki beberapa karakteristik yang dikembangkan oleh Larry C. Spears (1995) tentang *servant leader*. Beberapa karekteristik tersebut adalah :

- a. Kesiediaan untuk menyimak, pemimpin yang melayani mencoba untuk mengidentifikasi keinginan dari sebuah kelompok dan membantu mengklarifikasi keinginan tersebut, dengan cara menyimak. Hal ini berkaitan dengan pandangan narator pada *frame* 3.1 “hari ini dalam mewujudkan mimpi Indonesia, seorang tokoh masyarakat, seorang mantan

Tabel 3.1

Tabel Adegan Proses Konstruksi Pemimpin Pelayan dalam *reality show*
Mewujudkan Mimpi Indonesia “Wiranto Menjadi Tukang Becak
di Kota Solo”

<i>Frame</i>	Narasi dan Pernyataan
<p>3.1</p> 	<p>Narator: “hari ini dalam mewujudkan mimpi Indonesia, seorang tokoh masyarakat, seorang mantan panglima mau belajar mengerti serta merasakan penderitaan rakyat.”</p>
<p>3.2</p> 	<p>Narasi Wiranto : “hari ini saya jadi tukang becak saya bisa jadi mereka, saya bisa jadi teman mereka, saya bisa bicara dengan mereka dan pasti yang mereka sampaikan apa adanya karena mereka bicara dengan temannya”</p>

panglima mau belajar mengerti serta merasakan penderitaan rakyat.” ditilik dari makna leksikon penggunaan kata “tokoh” merupakan sebutan seseorang yang disegani atau dihormati, yang dalam hal ini diarahkan untuk citra Wiranto.

- b. Kuat dalam empati yaitu pemimpin yang melayani berusaha untuk mengerti dan berempati dengan orang lain. Manusia perlu untuk merasa diterima dan diakui atas semangat mereka yang khusus dan unik, di *reality show* ini tergambar pada sosok Wiranto yang mau menyamar untuk berempati mendengarkan apa keluhan masyarakat terhadap pemimpin meski sudah kita kenal bersama dia juga terjun dalam percaturan dunia politik di Indonesia dengan beberapa kali mencalonkan diri baik calon wakil presiden maupun calon presiden. Pada *frame 3.2* yang memperlihatkan Wiranto dengan menggunakan topi *caping* dan handuk di leher menunggangi becak layaknya tukang becak umumnya.

Dilihat dari pemahaman di atas, dapat diketahui bahwa media *RCTI* melakukan gambaran dan konstruksi terhadap Wiranto untuk mencapai cita-cita atau tujuan Wiranto menjadi seorang presiden. Dengan mengkonstruksikan Wiranto sebagai pemimpin yang *servant leader*. Di Indonesia, pemimpin *servant leader* menjadi sorotan masyarakat dan yang diharapkan masyarakat saat ini untuk menjadi pemimpin negara, karena masyarakat sudah jenuh dengan kepemimpinan yang bapak-bapakan. Seperti yang melekat pada karakter pemimpin sebelumnya dan merupakan presiden kedua Indonesia yang dikenal dengan bapak pembangunan yaitu

presiden Soeharto. Sistem otoriter yang dijalankan Soeharto dalam masa pemerintahannya membuatnya populer dengan sebutan "Bapak", yang pada jangka panjangnya menyebabkan pengambilan keputusan-keputusan di DPR kala itu disebut secara konotatif oleh masyarakat Indonesia sebagai sistem "ABS" atau "*Asal Bapak Senang*". Pemerintahan bagai dimonopoli agar dapat berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh Soeharto.

Presiden Soeharto menjadi Presiden yang selama 32 tahun menduduki kursi kepresidenan lekat dengan identitas seorang pemimpin yang kebabak-bapakan dan kental dengan ideologi kepemimpinan Jawa. Pada masa Orde Baru Jawa mendominasi semua sistem kepemimpinan di Indonesia yang pada saat itu berdasarkan kekuasaan Soeharto. Jawa tidak lagi dilihat dari daerah di pulau Jawa, dan tidak lagi dilihat bagaimana etnis Jawa itu sendiri. Budaya Jawa ternyata telah membentuk dominasi-dominasi pada sistem kepemimpinan. Soeharto memerintah Negara, membimbing bangsa, menganggap pembantu, Menteri dan warganya sebagai anak-anak yang harus dibimbing dari belakang, memberikan contoh yang baik dan menjadi pendorong. Dalam bahasa politik-kekeluargaan Soeharto memposisikan diri sebagai Bapak Presiden, bukan semata-mata hanya menjadi Presiden saja namun sebagai Bapak Tertinggi (*Supreme Father*) (Siraishi 2001: 2).

Pada kultur Jawa dengan prinsip yang dianut oleh Soeharto menegaskan mengenai budaya patriarki di Indonesia bahwa laki-laki yakni sosok bapak adalah sosok yang paling dominan dan menghegemoni dalam

sebuah keluarga bahkan pada sebuah pemerintahan. Melalui prinsip tersebut kemudian membentuk budaya mengenai gambaran laki-laki yang ideal untuk Indonesia dan mengacu pada sosok Soeharto dan bentuk-bentuk kepemimpinan Jawa. Hal tersebut terbukti dari Presiden-Presiden yang telah memimpin Indonesia hingga masa Reformasi bahwa pemimpin tersebut tetap menggunakan prinsip budaya Jawa layaknya Soeharto.

Hal itu tentu saja merupakan sebuah konstruksi yang dilakukan Presiden dimana notabene Soeharto memiliki kuasa yang besar di media pada saat itu, seperti kepemilikan *RCTI*, *TPI*, dan beberapa media yang lainnya. Media tersebut tentu saja membentuk konstruksi mengenai wacana-wacana presiden yang dekat dengan keluarga dan bisa mengayomi maka akan dekat juga dengan rakyat. Seiring perkembangan zaman masyarakat lebih senang melihat sosok pemimpin yang bekerja langsung turun ke bawah dengan mendengarkan keluhan rakyat tidak lagi hanya sebagai pengayom. Masyarakat akan lebih memilih pemimpin yang seperti ini yang mau turun langsung ke langsung mendengarkan keluhan rakyat karena dengan begitu ada kedekatan langsung dengan rakyat, hal ini menjadi komoditas yang sering ditampilkan media.

Hal itu terbukti dari beberapa masyarakat yang lebih condong memilih Jokowi dimana saat dirinya mencalonkan diri pada pemilihan presiden 2014. Jokowi menjadi pelopor pemimpin yang mau turun langsung mendengarkan keluhan rakyat di media, gaya kepemimpinannya dikenal dengan nama *blusukan*, meskipun banyak pemimpin yang pernah

melakukan hal yang sama namun di media gaya kepemimpinan tersebut lebih dikenal melekat dengan gayanya Jokowi. M. Hanif Dhakiri dalam bukunya "*Jokowi dan Islam (Praktek Kepemimpinan Islam Joko Widodo)*" mengatakan bahwa:

Jokowi adalah pemimpin muda yang unik dan memiliki otentisitas. Sebagai wong ndeso, Jokowi tampil memimpin dengan gaya apa adanya. Di saat kebanyakan pemimpin dan elite politik negeri ini diselimuti hedonisme dan bergelimang kemewahan, Jokowi hadir dengan kesederhanaannya. Di tengah gaya kepemimpinan kantoran yang hanya menerima laporan bawahan, Jokowi hadir dengan blusukannya. Di tengah budaya elitis para pemimpin negeri, Jokowi hadir dengan gaya kepemimpinan yang merakyat. Di tengah begitu banyak elite negeri ini yang terjerat kasus korupsi, Jokowi hadir dengan komitmen tinggi melawan korupsi. Di tengah menjamurnya pemimpin yang kerap memberangus perbedaan, Jokowi memimpin dengan pluralis dan melindungi kaum minoritas (M. Hanif Dhakiri 2014: 06).

Joko Widodo melejit ketika mulai melakukan *blusukan*, Kegiatan blusukan merupakan kegiatan datang langsung ke sebuah daerah ataupun ke tempat-tempat umum bermaksud untuk melakukan dialog, peninjauan kembali dan bermusyawarah langsung kepada rakyat. Kegiatan tersebut selain mudah mendapatkan hati rakyat, maka akan membentuk popularitas, citra dan elektabilitas dari seorang kandidat.

hal ini juga didukung oleh media lokal maupun media asing. Salah satunya media besar Amerika Serikat, *New York Times*, mengulas gaya blusukan Jokowi ditulis oleh Joe Cochrane. Joe menulis, Jokowi adalah seorang pemimpin yang berbeda dengan lainnya. Jokowi dianggap sering turun ke lapangan atau *blusukan*. (<http://www.merdeka.com/jakarta/media-amerika-menulis-gaya-blusukan-jokowi.html>) diakses pada tanggal 10 Oktober 2014.

Wacana mengenai seorang pemimpin yang dekat dengan rakyat atau mau melayani bukan dilayani yang lebih dikenal dengan sebutan pemimpin *servant leader* dianggap mampu untuk memimpin negara dikonstruksi oleh *RCTI* terhadap sosok Wiranto melalui acara *reality show* Mewujudkan Mimpi Indonesia. *RCTI* membentuk konstruksi tersebut dapat dilihat pada narasi Wiranto yang berbunyi:

“Hari ini saya jadi tukang becak saya bisa jadi mereka, saya bisa jadi teman mereka, saya bisa bicara dengan mereka dan pasti yang mereka sampaikan apa adanya karena mereka bicara dengan temannya.”

Konstruksi mengenai pendapat bahwa Pemimpin itu harus *servant leader* atau melayani maka sifatnya akan tersalurkan kepada rakyatnya digambarkan pada penggunaan kata “saya”. Kata “saya” merujuk pada diri Wiranto yang dalam kata-katanya menunjukkan bentuk kepedulian kepada rakyat, Sedangkan kata “teman” digunakan untuk menunjukkan kedekatan secara langsung kepada rakyat dan kata “mereka” menyetarakan seluruh kalangan masyarakat. Pada *Frame 3.3* memperlihatkan Wiranto mengayuh becaknya dengan sangat gigih, Wiranto menyampaikan bahwa:



“ini salah satu cara yang paling baik apa yang sebenarnya mereka rasakan, apa yang sebenarnya mereka harapkan, dan apa sebenarnya yang mereka impikan untuk kita ketahui dengan demikian suatu saat kalau kita mempunyai kewenangan, punya otoritas yang diberikan oleh rakyat tentunya kita bisa mewujudkan mimpi mereka.”

Kata “kita” di atas digunakan untuk menunjukkan adanya kebersaman, ditambah lagi dengan kalimat “kalau kita mempunyai kewenangan, punya otoritas” sangat jelas Wiranto mengharapkan diberi kekuasaan oleh rakyat dengan bersama-sama memilih dia menjadi seorang pemimpin negara dalam hal ini presiden dengan melalui konstruksi yang dilakukan oleh *RCTI* dengan wacana konstruksi pemimpin yang *servant leader*.

Konstruksi pemimpin yang *servant leader* tidak hanya terdapat dalam *frame* episode “Wiranto Jadi Tukang Becak di Kota Solo” saja namun juga terdapat pada *frame* episode “Wiranto Menyamar Jadi Pedagang Asongan” teks dan adegan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2

Tabel Adegan Proses Konstruksi Pemimpin Pelayan dalam *reality show*
Mewujudkan Mimpi Indonesia “Wiranto Menyamar Jadi Pedagang
Asongan”

<i>Frame</i>	Narasi dan Pernyataan
3.4 	Narator : “Hari ini dalam mewujudkan mimpi Indonesia apa yang akan dilakukan Wiranto seorang jendral untuk menyelami kehidupan pedagang”
3.5 	Narasi Wiranto : “Hari ini saya membaur lagi dengan pedagang kelontong yang banyak terdapat di pasar-pasar tradisional, dengan adanya saya membaur dengan mereka dan menganggap saya temannya akan banyak nanti terjadi dialog yang bisa saya pahami apa yang mereka rasakan dan impikan.”

3.6



Narasi Wiranto : “Mudahan saya dapat mengali lebih jauh apa yang mereka rasakan”

Wacana mengenai konsep gaya kepemimpinan *servant leader* yang dibangun tak lepas dari image militer Wiranto, seperti sosok yang berwibawa, tegas, menempatkan dirinya sebagai bapak yang mau mendengar. Hal tersebut terlihat dari konstruksi yang dilakukan oleh media *RCTI* terhadap sosok Wiranto yang tampak pada episode berikutnya “Wiranto Menjadi Pedagang Asongan” terlihat dari tabel di atas, berbeda dengan episode sebelumnya Hary-Tanoe yang notabennya adalah pemilik media yang menayangkan acara tersebut yaitu *RCTI* pada episode sebelumnya tidak ditampilkan namun di episode ini Hary-Tanoe ditampilkan meskipun hanya dalam *opening* acara. Terlihat pada adegan 3.4 Wiranto dan Hary Tanoe berjalan dengan penuh wibawah bersama dengan mendapat kawalan dari beberapa orang organisasi pertahanan sipil atau yang lebih dikenal dengan sebutan hansip. Dengan kehadiran Hary-Tanoe dalam *Frame* tersebut semakin menekankan mengenai

wacana konstruksi *servant leader* yang ingin dibangun *RCTI* terhadap sosok Wiranto.

Namun secara tidak langsung selain membangun wacana konstruksi *servant leader*, sosok Wiranto juga ingin digambarkan sebagai sosok yang tegas itu coba digambarkan melalui penyampaian narator dalam teks “Hari ini dalam mewujudkan mimpi Indonesia apa yang akan dilakukan Wiranto seorang jendral untuk menyelami kehidupan pedagang” yang di mana dalam teks sebelumnya di episode Wiranto disebutkan sebagai mantan panglima, namun dalam kalimat di atas dikatakan Wiranto seorang Jendral kita ketahui bersama seorang Jendral mempunyai sifat atau karakter yang tegas. *RCTI* coba membangun gaya kepemimpinan yang baru terhadap sosok Wiranto yaitu *servant leader* namun masih mengacu pada gaya kepemimpinan lama baik itu kepemimpinan dimasa Orde Baru maupun masa sekarang.

Dengan mengandalkan latar belakang Wiranto sebagai militer. Dimasa Orde Baru kita kenal bersama pemimpin Indonesia adalah Soeharto dan dimasa sekarang yaitu Susilo Bambang Yudhoyono atau yang lebih akrab dengan sebutan SBY. Pemimpin dengan *basic* militer ternyata masih banyak dipertimbangkan oleh masyarakat dalam memilih pemimpin.

Hal ini ditegaskan oleh Direktur Eksekutif Lembaga Survei Nasional (LSN) Umar S Bakry Tokoh berlatar belakang militer masih didambakan publik untuk menjadi presiden ataupun wakil presiden (<http://indonesia-baru.liputan6.com/read/2014295/pengamat-masyarakat-masih-rindu-capres-militer>) diakses pada tanggal 10 Oktober 2014.

Pandangan dan pendapat yang diungkapkan oleh Umar S Bakry tentu saja tidak bisa lepas dari kepemimpinan Soeharto dan rezim Orde Baru yang mendominasi selama 32 tahun. Kepemimpinan Soeharto dan rezimnya selama 32 tahun telah membentuk budaya mengenai pemimpin yang ideal untuk negara. Masyarakat dan bangsa yang sudah dikuasai selama 32 tahun kemudian secara perlahan membentuk pandangan yang menjadi wacana mengenai Pemimpin. Hal ini juga yang menjadi acuan media *RCTI* untuk mengkonstruksikan sosok Wiranto dengan gaya kepemimpinan yang *servant leader* namun masih menganut gaya kepemimpinan lama.

Pada *frame* 3.5 Wiranto yang sedang duduk mempersiapkan barang-barang yang akan didagangkan memperlihatkan bagaimana Wiranto benar-benar seperti pedagang asongan dalam narasinya Wiranto mengatakan :

“Hari ini saya membaur lagi dengan pedagang kelontong yang banyak terdapat di pasar-pasar tradisional, dengan adanya saya membaur dengan mereka dan menganggap saya temannya akan banyak nanti terjadi dialog yang bisa saya pahami apa yang mereka rasakan dan impikan.”

Sama seperti pada analisis sebelumnya pada tabel 3.1 “Wiranto Menjadi Tukang Becak di Kota Solo” *frame* 2.1 dengan narasi Wiranto:

“Hari ini saya jadi tukang becak saya bisa jadi mereka, saya bisa jadi teman mereka, saya bisa bicara dengan mereka dan pasti yang mereka sampaikan apa adanya karena mereka bicara dengan temannya.”

Kata “saya” merujuk pada diri Wiranto yang dalam kata-katanya menunjukkan bentuk kepedulian kepada rakyat, Sedangkan kata “teman” digunakan untuk menunjukkan kedekatan secara langsung kepada rakyat dan kata “mereka” menyetarakan seluruh kalangan masyarakat. Begitu pula pada *frame* 3.6 yang dalam narasinya Wiranto mengatakan :

“Mudah-mudahan saya dapat menggali lebih jauh apa yang mereka rasakan”

Terlihat citra positif ingin di tekankan Wiranto bahwa dia benar-benar ingin tau apa yang di rasakan oleh rakyat saat ini. Ditilik dari kata “mudahan” menunjukan semoga harapan tersebut dapat terwujud. Dari semua pemahaman analisis ini terlihat jelas bahwa Wiranto memang sengaja di konstruksikan oleh media *RCTI* sebagai sosok pemimpin yang melayani. Setelah peneliti melihat lebih mendalam tayangan *reality show* “*Mewujudkan Mimpi Indonesia*” episode “Wiranto Jadi Tukang Becak di Kota Solo” dan “Wiranto Menjadi Pedagang Asongan” di *RCTI* ternyata sosok Wiranto juga dikonstruksikan tidak hanya sebagai pemimpin yang *servant leader* namun juga pemimpin yang mempunyai sifat penolong layaknya seorang *hero*.

B. Pemimpin Sebagai Sosok Pahlawan (*Hero*)

Di Indonesia, konstruksi mengenai pemimpin dengan sosok *hero* dianggap sebagai pemimpin yang paling mampu memimpin negara. Soeharto dianggap sebagai salah satu pemimpin bersifat *hero* dengan diberikannya gelar Bapak Pembangunan pada masa itu berkat jasa-jasanya. Pemberian gelar sebagai Bapak Pembangunan tersebut terlepas dari adanya konflik dan kontroversi yang besar mengenai Soeharto, namun perlu diakui bahwa pembangunan nasional yang ada di Indonesia ini adalah kerja keras dari Soeharto. Konstruksi tersebut hadir melalui teks yang kemudian membentuk cerita menjadi sebuah wacana yang memiliki makna. Menurut pandangan paradigma kritis, media tentu saja dalam pekerjaannya media selalu berada dalam kontrol penguasa yang notabene merupakan elit politik atau kandidat calon presiden dan wakil presiden. Elit politik tersebut memanfaatkan kuasanya atas media untuk melakukan kampanye, membentuk citra, melakukan konstruksi dan kemudian melanggengkannya melalui teks dalam media.



Hal tersebut tentu saja sesuai dengan pandangan prespektif kritis bahwa media didominasi oleh kelompok dominan dan penguasa untuk membentuk konstruksi mengenai realitas dan peristiwa demi kepentingan kelompok dominan dan penguasa tersebut. Media tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang netral, namun melakukan hegemoni dan membentuk sebuah ideologi kepentingan kelompok dominan dan kapitalis. Dalam hal ini peneliti melihat ada topik baru yang ingin diangkat dalam penelitian ini

berkaitan dengan kepemimpinan yang dikonstruksikan *RCTI* terhadap sosok Wiranto. Wiranto merupakan kandidat calon presiden dan memiliki calon wakil presiden yang merupakan pemilik dan penguasa beberapa media massa yang ada di Indonesia termasuk media *RCTI*. Sehingga dengan mudah sosok Wiranto dikonstruksikan melalui media *RCTI* di bawah kendali kepemilikannya.

Melalui uraian di atas, peneliti ingin melihat lebih mendalam konstruksi yang tampak dalam *reality show* "*Mewujudkan Mimpi Indonesia*". *Reality show* tersebut sarat akan konstruksi-konstruksi yang berkembang secara sosial maupun budaya di masyarakat. Selain konstruksi *servant leader* dalam *reality show* tersebut yang tampak berdasarkan peneliti analisis. Peneliti juga melihat adanya konstruksi pemimpin *hero* dalam *reality show* *Mewujudkan Mimpi Indonesia*. Media *RCTI* menampilkan sosok Wiranto yang menyamar dengan tujuan meringankan beban warga dengan memberi bantuan. *Frame* pemimpin yang memiliki sifat *Hero* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3

Tabel Adegan Proses Konstruksi Pemimpin *Hero* dalam *reality show* Mewujudkan Mimpi Indonesia “Wiranto Menjadi Tukang Becak di Kota Solo”

Frame	Narasi, Dialog dan Pernyataan
<p>3.7</p> 	<p>penumpang: “Tolong antarkan saya keperempatan itu ya pak”</p> <p>Wiranto : “kemana?”</p> <p>penumpang : “perempatan lampu merah”</p> <p>Wiranto : “lampu merah disana”</p> <p>penumpang: “5 ribu ya pak?”</p> <p>Wiranto : “5 ribu ya kurang setor saja kurang”</p> <p>penumpang : “5 ribu saja?”</p> <p>Wiranto: “ya sudah tidak apa-apa saya tolong, mari silakan naik”</p>
<p>3.8</p> 	<p>Dialog:</p> <p>Wiranto: “kalau ada orang yang tau perjuangan kerasmu jadi tukang becak, setia membecak selama tiga puluh tahun lebih, sewa terus, karena kemurahan yang kuasa ada orang yang memberimu becak untuk dirimu. Senang tidak?”</p> <p>Tukang becak: “senang sekali”</p> <p>Wiranto : “kalau senang beneran. Ini becak ku sendiri, saya berikan padamu untuk becaknya.”</p>

3.9



Dialog :

Wiranto: bapak ngerti saya tukang becak dari mana?

Tukang becak: “tidak ngerti”

Wiranto: “tidak ngerti, sebentar ya, wiranto membuka penyamarannya

Tukang becak: pak Wiranto

3.10



3.11



Dialog

Wiranto: “Tadi pak Wiranto sengaja, membaur dengan tukang becak, biar jujur. Kalau pak wiranto tidak menyamar, kalian berbohong nantinya. Jadi sekarang pak Wiranto sudah tau pak Wiranto permisi pamit. Pokoknya kerja sing tekun nanti keadaan akan lebih baik lagi”

3.12



Narasi Wiranto: “bisikan hati nurani yang kuat, dan tentunya atas ridho tuhan yang maha esa Win-HT akan terus dapat mewujudkan impian rakyat Indonesia.”

Dalam teks: Tim mewujudkan mimpi Indonesia memberikan becak gratis persembahan Win-HT

Topik utama pada *frame-frame* di atas menggambarkan dan mengarahkan pada sosok pemimpin yang memiliki sifat kepahlawanan atau *hero* yang dikonstruksikan *RCTI* pada sosok Wiranto. Menurut Gibson dalam Jiyantoro, *Hero* adalah:

“a civilian who voluntarily risk his or her own life, knowingly, to extraordinary degree while saving or attempting to save the live of another person” (Seseorang dengan sukarela dan sadar mengambil resiko terhadap hidupnya sendiri untuk menyelamatkan orang lain) (2011:22)

Pengertian *hero* dalam kutipan di atas menggambarkan *hero* sebagai sosok pahlawan seperti yang sering digambarkan di media mengenai tokoh-tokoh *hero* seperti *Spiderman*, *Superman*, *Captain Amerika* dan tokoh *hero* yang lainnya. Pranoto mengdeskripsikan lagi secara rinci mengenai *hero*, yakni seorang tokoh yang memperjuangkan kepentingan bersama, tidak memiliki rasa pamrih atau *interest* pribadi, semuanya diperjuangkan untuk masyarakat. Pada analisis konstruksi yang

dibangun *RCTI* terhadap sosok Wiranto menunjukkan sikap *hero* atau pahlawan yang diungkapkan oleh Pranoto.

Skematik ditunjukkan dengan pilihan-pilihan gambar dan dialog dari tayangan "*Mewujudkan Mimpi Indonesia*" yang ditampilkan untuk menguatkan topik utama yaitu sosok Wiranto dikonstruksi oleh *RCTI* melalui kendali pemilik medianya. melalui *frame* 3.7 diketahui bahwa seorang ibu mau menumpang becak yang di kayuh Wiranto dengan hanya mau membayar lima ribu, meski sedikit menolak Wiranto mempersilakan naik ibu tersebut dengan alasan tidak apa saya tolong, "Ya sudah tidak apa-apa saya tolong, mari silakan naik" tampak ada kalimat yang menunjukkan keterpaksaan namun pada akhirnya berkorban untuk membantu.

Begitu juga yang tampak pada *frame* 3.8 pada *frame* tersebut terdapat dialog antara Wiranto dengan seorang tukang becak, inti dari dialog tersebut Wiranto memberikan becak yang digunakannya dengan harapan bisa menolong atau meringankan beban si tukang becak tersebut yang selama 30 tahun membecak selalu nyewa. *Frame* 3.9 menceritakan bagaimana Wiranto membuka penyamarannya hal seperti itu sering kali ditampilkan di dalam film-film kepahlawanan dengan melakukan kebaikan atau pertolongan dengan melakukan topeng atau penyamaran dan pada akhirnya tokoh pahlawan tersebut menunjukkan siapa dia sebenarnya. Itu bisa terlihat pada adegan dan teks di atas, dalam dialog Wiranto

mengatakan “anda ngerti saya tukang becak dari mana?” secara detil kata-kata di atas menggambarkan wiranto sosok penolong yang misterius.

Frame 3.10 dan 3.11 dalam *frame* tersebut terdapat adegan Wiranto memberikan hadiah becak, Wiranto seolah-olah telah melakukan kebaikan kepada seorang tukang becak hingga akhirnya tukang becak itu memeluknya dan mendapat tepukan dari semua tukang becak yang ada. Adegan pada gambar tersebut sangat mudah dinilai oleh khalayak bahwa adegan tersebut adalah adegan dimana seolah-olah Wiranto merupakan penyelamat dari warga. Dalam *frame* 3.10 bisa terlihat pada gambar seorang tukang becak memeluk erat sosok Wiranto karena sudah memberikannya hadiah becak dan sedangkan pada *frame* 3.11 Dalam dialognya Wiranto mengatakan:

“Tadi pak Wiranto sengaja, membaur dengan tukang becak, biar jujur. Kalau pak wiranto tidak menyamar, kalian berbohong nantinya. Jadi sekarang pak Wiranto sudah tau pak Wiranto permisi pamit. Pokoknya kerja sing tekun nanti keadaan akan lebih baik lagi”.



Secara detil dialog di atas Wiranto tidak lagi menggunakan kata “kita” atau “saya”, Wiranto langsung menyebutkan nama yaitu “pak Wiranto”, “pak” dalam kalimat tersebut menunjukkan dirinya yang berwibawa, berwibawa di sini menggambarkan bagaimana sosok Wiranto yang superior. Hal itu juga mempertegas analisis-analisis sebelumnya selain dikonstruksikan pemimpin sebagai sosok pahlawan (*hero*), kepemimpinan kebabak-bapakan sangat tampak dalam dialog Wiranto tersebut. Dia mengayomi dan bijaksana dalam memberi nasihat atau

teguran itu terlihat dari dialog “Pokoknya kerja sing tekun nanti keadaan akan lebih baik lagi”.

Begitu juga konstruksi yang menampilkan sosok Wiranto sebagai pemimpin yang *hero* tampak pada *Frame* terakhir 3.12 dalam *Frame* tersebut tim Win-HT memberikan becak gratis kepada beberapa tukang becak di kota solo dimana dalam narasinya Wiranto mengatakan “bisikan hati nurani yang kuat, dan tentunya atas ridho Tuhan yang Maha Esa Win-HT akan terus dapat mewujudkan impian rakyat Indonesia” terlihat bahwa Wiranto memiliki sifat *Hero* di dalam dirinya dan memang itu sudah dianugerahkan Tuhan untuknya. Dari analisis-analisis di atas pembuktian bahwa tayangan televisi swasta khususnya *RCTI* adalah sebuah agen konstruksi yang sarat dengan kepentingan politik ditunjukkan dalam *reality show* Mewujudkan Mimpi Indonesia dengan pemilihan *frame* dan narasi yang diberikan penekanan yang mengarahkan bahwa memang terjadi konstruksi terhadap sosok Wiranto. Konstruksi pemimpin *Hero* tidak hanya terdapat dalam *frame* episode “Wiranto Jadi Tukang Becak di Kota Solo” saja namun juga terdapat pada *frame* episode “Wiranto Menyamar Jadi Pedagang Asongan” teks dan adegan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.4

Tabel Adegan Proses Konstruksi Pemimpin *Hero* dalam *reality show*
**Mewujudkan Mimpi Indonesia episode “Wiranto Menjadi
 Pedagang Asongan”**

<i>Frame</i>	Narasi, Dialog dan Pernyataan
<p>3.13</p> 	<p>Dialog:</p> <p>Wiranto :”Sudah berapa tahun jual pisang”</p> <p>Nenek penjual pisang : “sudah sepuluh tahun”</p> <p>Wiranto: “berapa harga pisangnya”</p> <p>Nenek penjual pisang: “5 ribu”</p> <p>Wiranto: “tak beli” sambil mengasih duit 50 ribu yang jumlahnya sekitar 10 lembar.</p>
<p>3.14</p> 	<p>Dialog:</p> <p>Wiranto: “kerupuk itu harganya berapaan?”</p> <p>Penjual kerupuk: “Satu Ons 12 ribu lima ratus”</p> <p>Wiranto: “beli kerupuknya 2 Ons” dan membayarnya dengan duit 500 ribu.</p>

3.15



Dialog:

Wiranto: “Kakinya kenapa?”

“Sudah lama itu kakinya sakit, ini ada uang untuk berobat”

Seorang Ibu: “Terima kasih sekali pak”

3.16



Melalui *frame* 3.13 dan 3.14 yang menampilkan adegan yang sama yaitu Wiranto bertanya-tanya banyak tentang si penjual, lalu membeli barang namun membayar dengan duit lebih banyak karena pedagang adalah ibu-ibu tua yang renta yang sudah berdagang puluhan tahun, Yang lebih menarik lagi pada *frame* berikutnya 3.15 Wiranto mendapati seorang ibu yang menderita kaki bengkak, Wiranto bertanya tentang sakitnya kemudian memberi uang untuk berobat dan betapa

senangnya ibu tersebut mendapat uang dari Wiranto, dan yang terakhir pada *frame* 3.16 diketahui bahwa Wiranto seolah-olah telah melakukan kebaikan kepada seorang ibu yang sakit hingga akhirnya para ibu-ibu yang ada berbondong-bondong menyalami Wiranto layaknya seorang yang begitu hebat dan mulia. Adegan pada gambar tersebut sangat mudah dinilai oleh khalayak bahwa adegan tersebut adalah adegan dimana seolah-olah Wiranto merupakan penyelamat dari warga. Pada *frame* tersebut sosok *hero* yang ingin ditampilkan adalah *hero* yang melakukan kegiatan yang mulia.

Dari tabel 3.4 di atas peneliti melihat Konstruksi mengenai pemimpin sebagai sosok *hero* yang dilekatkan pada sosok Wiranto berkaitan dengan gender, bahwa laki-laki dan perempuan meskipun sama-sama ditampilkan dalam dunia publik, namun pada dasarnya perempuan selalu harus mendapatkan pertolongan itu dapat dilihat pada *frame* 3.13 dan 3.14 Wiranto memberikan bantuan uang kepada dua orang ibu-ibu sesama pedagang. Dominasi tersebut yang kemudian membentuk dan membuktikan budaya patriarki yang merupakan budaya dominasi laki-laki terhadap perempuan yang secara terus menerus tersebar dalam berbagai bidang. Hal itu sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Muhadjir Darwin dalam jurnalnya yang berjudul "Maskulinitas: Posisi Laki-Laki dalam Masyarakat Patriarkis", bahwa:

"Hegemoni laki-laki dalam masyarakat tampaknya merupakan fenomena yang universal dalam sejarah beradaban di masyarakat manapun di dunia. Laki-laki diposisikan superior terhadap

perempuan diberbagai sektor kehidupan, baik domestik ataupun publik.” (1999:1).

Dari semua hasil penelitian di atas peneliti menemukan suatu hal yang menarik mengenai konstruksi kepemimpinan yang dilakukan oleh media *RCTI* dalam tayangan *reality show* “*Mewujudkan Mimpi Indonesia*” terhadap sosok Wiranto baik sebagai pemimpin yang *servant leader* maupun sebagai sosok pemimpin pahlawan (*hero*), secara garis besar semua mengacu pada Soeharto. Soeharto yang telah memimpin selama 32 ternyata telah menghegemoni dalam pembentukan karakter seorang pemimpin. Hal itu kemudian diadaptasi oleh media *RCTI* untuk mengkonstruksi sosok Wiranto meskipun terlihat seperti mengadopsi bentuk gaya kepemimpinan yang lagi populer di media saat ini yaitu *blusukan* ala Jokowi namun kenyataannya dari analisis yang peneliti uraikan di atas bentuk kepemimpinan yang ditampilkan masih mengadopsi gaya kepemimpinan lama yaitu kepemimpinan yang masih kebabakan dengan ideologi-ideologi kepemimpinan Jawa. Pada kultur Jawa dengan prinsip yang diacu oleh Soeharto menegaskan mengenai budaya patriarki di Indonesia bahwa laki-laki yakni sosok bapak adalah sosok yang paling dominan dan menghegemoni dalam sebuah keluarga bahkan pada sebuah pemerintahan. Melalui prinsip tersebut kemudian membentuk budaya mengenai gambaran laki-laki adalah pemimpin yang ideal untuk Indonesia dan mengacu pada sosok Soeharto dan bentuk-bentuk kepemimpinan Jawa.

C. Analisis Kognisi Sosial

Dalam kerangka analisis wacana Teun Van Dijk, perlu adanya penelitian mengenai kognisi sosial, yaitu kesadaran mental pemilik media yang mempengaruhi terbentuknya teks tersebut. Dalam hal ini adalah analisis wacana kritis *reality show* “*Mewujudkan Mimpi Indonesia*”. Perlu dilakukan penelitian atas kesadaran mental pemilik media dalam memandang masalah sosok pemimpin yang dibutuhkan masyarakat di Indonesia. Kognisi sosial ini penting dan menjadi kerangka yang tidak dipisahkan untuk memahami teks.

Dalam pandangan Van Dijk, analisis wacana tidak dibatasi hanya pada struktur teks, karena struktur wacana itu sendiri menunjukkan atau menandakan sejumlah makna, pendapat dan ideologi. Untuk membongkar bagaimana makna tersembunyi dari teks, kita membutuhkan suatu analisis kognisi sosial. Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya oleh kesadaran mental pemakai bahasa. Oleh karena itu dibutuhkan suatu penelitian atas representasi kognisi dan strategi pembuat dalam memproduksi acara. karena teks pada dasarnya dihasilkan lewat kesadaran, pengetahuan, prasangka tertentu terhadap suatu peristiwa (Eriyanto 2008: 206).

Dalam hal ini, peneliti menemukan beberapa jawaban tentang pandangan pemilik media *RCTI* dalam menghadirkan tayangan *reality*

show "Mewujudkan Mimpi Indonesia" terhadap masalah konstruksi kepemimpinan. Konteks acara *reality show* dikemas seolah riil atau nyata dengan berdasar keinginan atau subjektivitas kepentingan pemilik media terhadap suatu gaya kepemimpinan yang lagi disukai masyarakat saat ini. Kedekatan (*proximity*) yang dirasakan pemirsa dengan program *reality show* yang membuat pemirsa tertarik pada program *reality show*, dan karakter *reality show* yang diklaim oleh pihak televisi sebagai program non-fiksi, mudah membuat penonton merasa dekat dan merasa bahwa benar itulah yang terjadi, akibatnya penonton menjadi mudah percaya pada apa yang di tontonnya. Menurut Sony Set dalam bukunya *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional* yaitu :

Reality Show adalah jenis tayangan yang menampilkan aktivitas nyata dari pembawa acara dan segala aspek pendukung acara (talent, objek, lokasi, situasi, dramatika). Walaupun berbasis kenyataan, *Reality show* membutuhkan penanganan tersendiri dari para kreatornya, memolesnya menjadi tayangan yang menarik dan memasukkan beberapa unsur dramatis yang dikedepankan dapat berupa rasa bahagia, takut dan senang. (Sony Set, 2008 : 185).

Artinya, media bukan sekedar pelaku dalam proses konstruksi realitas sosial dalam sebuah arena publik, tetapi juga wadah bagi segala subjektivitas kepentingan berbagai kelompok yang ada dalam masyarakat, termasuk di dalamnya ideologi pemilik media yang secara riil dipraktikkan para pekerja media. Jadi realitas yang ditampilkan dalam media tidak lagi bersifat objektif. Dengan kata lain acara *reality show* bukan cermin pasif realitas tetapi memerlukan penafsiran lebih lanjut dari si pemilik media. Dalam hal ini pemilik media *RCTI* adalah Hary

Tanoesodibjo memiliki kontrol penuh akan pembuatan acara *reality show* Mewujudkan mimpi Indonesia yang tayang di *RCTI* dan menentukan bagaimana format acara yang disuguhkan kepada penonton.

Hary Tanoesoedibjo adalah seorang pengusaha dari Indonesia. Saat ini Hary memegang beberapa jabatan strategis di berbagai perusahaan terkemuka di Indonesia terutama bidang media. Hary Tanoesodibjo sendiri merupakan bos besar beberapa media yang bernaung dalam induk organisasi MNC Group termasuk salah satunya media *RCTI*. selain pengusaha dia juga terjun dalam percaturan perpolitikan di Indonesia. Pada 2 Juli 2013, Hary terpilih sebagai cawapres dari Partai Hanura mendampingi Wiranto. Ketua Dewan Pertimbangan Hanura ini terjun ke politik karena keprihatinan. Korupsi, penegakan hukum, pendidikan dan (penanganan) kesenjangan sosial masih lambat (<http://profil.merdeka.com/indonesia/h/hary-tanoesoedibjo/> diakses tanggal 10 oktober 2014).

Jadi tidak mengherankan ketika acara publik seperti *reality show* dikonstruksi oleh Hary Tanoesodibjo demi kepentingannya sebagai politisi. Sebagai pendukung analisis ini, berikut beberapa cuplikan hasil wawancara Hary Tanoesodibjo seputar wacana yang ditampilkan dalam *reality show* yang di muat di media online Kompas.com

Hary Tanoesoedibyo akui menyiapkan program khusus di televisi miliknya untuk mendongkrak popularitas Wiranto-Hary Tanoe yang akan maju sebagai capres-cawapres Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura). Selain acara Kuis Indonesia Cerdas, dia juga menyiapkan program *reality show* Mewujudkan Mimpi Indonesia. Menurut Bos MNC Group ini, *reality show* yang tayang di *RCTI* punya angka rating tinggi yakni 18,8 persen. Artinya, kata dia, acara yang diputar tiap hari Jumat pukul 15.45 wib itu ditonton

seperlima orang Indonesia. "Isi program tersebut cukup menyentuh penonton," kata dia di depan kader Partai Hanura di Banyuwangi, Jawa Timur, Selasa malam 11 Februari 2014 (<http://pemilu.tempo.co/read/news/2014/02/11/270553263/Demi-Popularitas-Harry-Tanoe-Sering-Tampil-di-TV> diakses tanggal 10 oktober 2014).

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu media berita online *Kompas.com*, Hary Tanoesoedibjo membeberkan bahwa acara tersebut dilakukan memang untuk mendongkrak citra atau popularitas Wiranto dan dirinya selain itu juga ada nilai ekonomi di acara tersebut yang menjanjikan karena acara tersebut memiliki rating yang tinggi. Jadi dari pemahaman di atas media *RCTI* memang melakukan konstruksi terhadap sosok Wiranto dalam acara "*Mewujudkan Mimpi Indonesia*" baik itu episode "Wiranto Jadi Tukang Becak di Kota Solo" ataupun episode "Wiranto Menjadi Pedagang Asongan" merdasarkan arahan dari pemilik *RCTI* tersebut.

Acara *reality show* "*Mewujudkan Mimpi Indonesia*" sendiri disiarkan secara perdana sejak Januari 2014 yang lalu. Kita semua tahu bahwa Harry Tanoe, Calon wakil presiden dari Wiranto adalah Bos MNC Group itu sendiri. Sedikit banyaknya, tentu karyawan serta *crew RCTI* beserta anak cabangnya akan berusaha maksimal semua kerjanya untuk kepentingan bosnya. Terlepas acara tersebut dibayar secara profesional atau tidak. Dengan redaksi bahasa "guna ikut merasakan penderitaan rakyat". Kemudian kemasannya selanjutnya adalah pemberian bantuan untuk warga yang dilaporkan sebagai warga atau kelompok masyarakat yang sangat butuh perhatian dan uluran tangan. *Reality show* "*Mewujudkan*

membahagiakan sesaat yaitu saat acara berlangsung setelah acara selesai mereka semua akan kembali dikehidupannya lagi dan akan tetap menderita.

D. Analisis Konteks Sosial

Pada tahap analisis konteks, penulis menjabarkan kondisi sosial politik di Indonesia saat menjelang pemilihan presiden. Adanya intervensi pemilik media dengan kepentingan-kepentingan politiknya terhadap citra seorang calon pemimpin dalam hal ini sosok Wiranto. Konstruksi maupun citra sosok yang dibangun lewat media yang dilakukan oleh pemilik media hal ini mempengaruhi kondisi sosial politik yang terjadi di Indonesia. Hal-hal di atas sekaligus menjadi tema-tema yang akan dianalisis. Analisis ini didasarkan pada studi pustaka dan penelusuran sejarah, berikut akan dibahas satu persatu konteks sosial dalam reality show "*Mewujudkan Mimpi Indonesia*". Oleh karena itu, konteks sosial dalam hal ini adalah menjawab pertanyaan bagaimana wacana yang berkembang di masyarakat mengenai pemimpin.

Permasalahan mengenai sosok seorang pemimpin yang ideal untuk Indonesia marak dikonstruksi oleh media swasta di Indonesia terutama *RCTI*. Dalam hal ini permasalahan yang di angkat mengenai sosok Wiranto pemimpin yang mau mendengar dan berempati terhadap rakyat kecil. Tentu saja mengkonstruksikan hal ini pemilik media atau aktor utama pengagas acara "*Mewujudkan Mimpi Indonesia*" terlebih dahulu melihat struktur yang sudah tertanam dalam perkembangan sosial dan

budaya dalam masyarakat. Dengan kekuasaan dan kepemilikannya terhadap media, konstruksi yang dilakukan oleh para pemilik modal ataupun elit politik ini memiliki maksud-maksud tertentu yang menguntungkan mereka.

Permasalahan mengenai gaya kepemimpinan yang dibangun ini, didalamnya mengenai bagaimana bentuk seorang pemimpin yang ideal di Indonesia. Permasalahan tersebut, dalam *reality show* “*Mewujudkan Mimpi Indonesia*”, meliputi kepemimpinan yang *servant leader* dan kepemimpinan sebagai sosok pahlawan (*hero*).

1. Konstruksi *Servant Leader*

Pandangan mengenai “pemimpin itu adalah pelayan” yang berarti pemimpin yang mau mendengar setiap kebutuhan, impian dan harapan dari mereka yang dipimpinnya dalam hal ini masyarakat. Membicarakan soal pemimpin yang melayani, ada istilah “Turba” (turun ke bawah), yang dimaksudkan untuk menjelaskan tentang aktivitas pemimpin turun langsung melihat apa sebetulnya yang terjadi dilapangan. Permasalahan kepemimpinan yang melayani (*servant leader*) yang di tampilkan *reality show* “*Mewujudkan Mimpi Indonesia*”, yang terdapat dalam episode “Wiranto Menjadi Tukang Becak di Kota Solo” dan “Wiranto Menjadi Pedagang Asongan”, yaitu mengenai kebanyakan pemimpin sering kali lupa sama rakyatnya, pemimpin hanya ada dibalik

meja saja, menerima laporan, memberi perintah, lalu enggan turun kebawah.

Wiranto menganggap gaya kepemimpinan seperti ini merupakan hal yang lumrah bagi kebanyakan pemimpin yang ada di Indonesia dan ini sangat tidak disukai oleh masyarakat saat ini. Maka Wiranto ingin coba menampilkan sesuatu yang seolah baru yaitu kepemimpinan yang mana pemimpin itu mau turun langsung kebawah. Seperti yang diungkap Wiranto mengutip dari berita media online okezone.com, Wiranto tak segan turun langsung ke bawah, menyamar layaknya orang kecil yang kehidupannya selalu dihipit kekurangan. Langkah mantan Panglima TNI itu masuk dalam kehidupan masyarakat pinggiran kelas bawah itu bukan tanpa alasan.

"Itu semua, sebagai ketum dan calon presiden RI, Wiranto tidak ingin cari uang. Tetapi ingin merasakan sendiri, ingin melihat sendiri sakitnya, deritanya menjadi orang kecil, "tegas Wiranto. (<http://pemilu.okezone.com/read/2014/03/27/567/961691/nyapres-wiranto-saya-tidak-ingin-cari-uang>) diakses pada 27 MARET 2014 jam – 22.00 WIB.

Gaya kepemimpinan mau turun langsung kebawah seperti ini sangat populer semenjak hadirnya sosok Jokowi di hampir semua media memberitakan sehingga begitu Fenomenal gaya kepemimpinan ini yang dikenal dengan nama *blusukan*, meskipun ini bukan terbilang gaya kepemimpinan baru karena sebelumnya para pemimpin-pemimpin terdahulu pernah melakukan itu semisal presiden kedua Indonesia

Soeharto, yang dengan bekerja langsung turun kelapangan untuk mendengar ataupun menyerap aspirasi masyarakatnya.

Pak Harto *blusukan* keliling daerah terpencil untuk melihat hasil-hasil pembangunan. Biasanya saat melakukan kunjungan tidak resmi tersebut, Soeharto hanya ditemani ajudan, satu atau dua pengawal dan dokter pribadi. Hal ini dikisahkan mantan ajudan Soeharto yang akhirnya menjadi Wapres, Jenderal (Purn) Try Soetrisno.

"Pak Harto selalu melakukan *incognito*. Pak Harto selalu berpesan tidak boleh ada satu pun yang tahu kalau Pak Harto mau melakukan *incognito*, ujar Try dalam buku Pak Harto, *The Untold Stories*. Untuk urusan logistiknya, selain membawa beras dari Jakarta, Ibu Tien membekali dengan sambal teri dan kering tempe, lanjutnya. Try mengaku kondisi saat *blusukan* cukup memprihatinkan. Dia heran seorang Presiden kok nerimo saja kondisi seperti itu. Soeharto bahkan terlihat senang *blusukan*. "Saya melihat Pak Harto sangat menikmati perjalanan keliling desa itu," kata Try. (<http://m.merdeka.com/peri-stiwa/5-kisah-menarik-blusukan-soeharto/makan-dan-tidur-di-rumah-penduduk.html>) diakses pada 10 Juni 2014 jam – 19.00 WIB

Namun sedikit ada perbedaan dari gaya *blusukan* Soeharto dan Jokowi, kalau Soeharto dengan menyamar sedangkan kalau Jokowi dengan terang-terangan sehingga seringkali menjadi *headline* di media baik lokal maupun internasional dan sampai saat semua masyarakat Indonesia seperti menghak paten gaya *blusukan* tersebut adalah gayanya Jokowi.

Seperti dimuat oleh *Republik* online, Indonesia dan Kepemimpinan '*blusukan*'. REPUBLIKA.CO.ID, Belakangan terakhir fenomena

pemimpin '*blusukan*' menghampiri dunia perpolitikan Indonesia. *Blusukan* yang diartikan sebagai proses pemimpin mengunjungi rakyat dengan masuk ke kampung-kampung menjadi gaya klasik yang ditampilkan kembali dalam bungkus modernitas. Adanya '*blusukan*' yang dipopulerkan Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo menjadi perhatian banyak kalangan. Tidak heran, banyak pemimpin yang awalnya kontra dengan gaya kepemimpinan ini sekarang sibuk mengikutinya. (<http://www.republika.co.id/berita/jurnalismewarga/wacana/13/02/03/mhn9ax-indonesia-dan-kepemimpinan-blusukan> diakses tanggal 10 MEI 2014 jam- 16.29 WIB).

Ini yang ingin ditiru oleh Wiranto dalam mengkonstruksikan gaya kepemimpinan yang mau turun langsung ke rakyat, melayani bukan lagi dilayani karena hampir semua masyarakat Indonesia menyukai gaya kepemimpinan seperti ini. Sehingga secara tidak langsung Wiranto mengharapkan citranya terangkat bahkan yang lebih jauh bisa mengalahkan popularitas Jokowi yang notabene adalah lawan politiknya dalam pemilihan calon presiden. Permasalahan lain mengenai kepemimpinan yang berkembang di masyarakat yaitu kepemimpinan sebagai sosok pahlawan (*hero*).

2. Pemimpin Sebagai Sosok Pahlawan (*Hero*)

Pada konteks sosial mengenai persoalan pemimpin yang lainnya di Indonesia, konstruksi mengenai pemimpin dengan sosok *hero* dianggap

sebagai pemimpin yang paling mampu memimpin negara. Soeharto dianggap sebagai salah satu pemimpin bersifat *hero* dengan diberikannya gelar Bapak Pembangunan pada masa itu berkat jasa-jasanya. pemimpin dengan sosok *hero* hal ini menjadi penting karena masyarakat Indonesia mayoritas berpenghasilan menengah ke bawah. Sehingga masyarakat butuh sosok pemimpin yang memiliki jiwa kepahlawanan. Pemimpin tersebut harus secara sungguh-sungguh rela berkorban dan berani memperjuangkan kepentingan rakyat dan bangsa. Bahkan pengorbanan ini dapat diartikan sebagai *paying the ultimate price* yaitu berani mati sebagai bentuk dari implementasi nasionalisme. Mengingat bangsa kita mengalami banyak permasalahan seperti pemberantasan korupsi yang kadang terkesan tebang pilih, kesejahteraan, sosial, dan perekonomian, Sehingga masyarakat butuh sosok pemimpin yang memiliki jiwa kepahlawanan dengan melakukan kegiatan-kegiatan mulia. Dalam artikel *Defining a New Type of Organizational Leadership: The Heroic Leader*, Ira J. Morrow, Ph.D mengatakan :

Secara historis, kepahlawanan secara umum telah dikaitkan dengan kualitas keberanian, tekad, kegagahan, berani mengambil risiko, dan pengorbanan diri. Seorang pahlawan dikagumi oleh orang lain. Selain itu, pahlawan sering dilihat sebagai perwujudan cita-cita dari diberikan masyarakat atau lembaga, dan sebagai orang yang telah melakukan sesuatu yang orang lain belum lakukan tetapi mungkin untuk bercita-cita, setidaknya dalam harapan dan impian mereka. Pahlawan terlibat dalam hal yang tidak biasa atau luar biasa dalam melakukan tindakan. Mereka sering bertindak sendiri, tapi mereka bertindak atas nama orang lain, dan mereka menganggap beban yang unik untuk diri mereka sendiri. Heroes dapat dilihat seperti selama hidup mereka atau lama setelah hidup mereka memiliki berakhir. Eksploitasi mereka sering menjadi sumber ajaran moral atau legenda kelembagaan.

Kepahlawanan umumnya dipandang sebagai muncul dalam serangkaian kondisi yang berpotensi bencana, berbahaya, atau berisiko. (http://digitalcommons.pace.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1027&context=lubinfaculty_workingpapers) diakses tanggal 28 oktober 2014).

Hal ini kerap hadir dalam film-film. Film bertema *hero* seperti *Spiderman*, *Superman*, *Captain Amerika* dan sebagainya. Ini menjadi acuan media *RCTI* terhadap Wiranto untuk membentuk konstruksi sosok pemimpin yang memiliki jiwa kepahlawan (*hero*). Media *RCTI* yang mengkonstruksikan Wiranto sebagai sosok *hero* melalui adegan-adegan memberikan hadiah kepada masyarakat menunjukkan bahwa pemimpin itu turun langsung ke masyarakat dan langsung memberikan pertolongan-pertolongan kepada masyarakat seperti seorang *hero*. Wiranto seolah-olah menunjukkan sosok *hero* yang tanpa dituntut atau diminta rakyat, dan seolah-olah dia telah memberikan apa yang di butuhkan oleh rakyat. Cara yang mereka lakukan dengan adegan-adegan memberikan pertolongan dan terjun langsung ke masyarakat, sangat jelas merupakan salah satu bentuk adanya konstruksi identitas politik. Wiranto dan Hary-Tanoe dengan kuasanya atas media *RCTI* melakukan konstruksi mengenai sosok pemimpin *hero*. Media jelas sekali tidak melakukan pekerjaan yang netral dalam menggambarkan realitas dan peristiwa. Hal itu membuktikan pandangan paradigma kritis bahwa media dikuasai oleh kelompok-kelompok dominan yang memiliki kuasa dan kepentingan untuk kelompok dominan itu sendiri.