

PENGARUH TERPAAN BERITA MEDIA MASSA TENTANG KASUS SAMBO TERHADAP CITRA POLRI DI MATA MAHASISWA

Zukarnain

Email :Zulkarnain.oar@gmail.com

. Abstract

The news of the killing of Brigadier Nofriansyah Yoshua Hutabarat alias Brigadier "J" by Inspector General Ferdy Sambo at his official residence in Durentiga Kalibata, South Jakarta, attracted a lot of public attention. Statements by police officers who are inconsistent have the potential to be considered as spreading false news (hoax). This news inevitably attracted the attention of the public, especially the mass media, so that it became the focus of attention of various groups, including students. The purpose of this study was to determine the effect of spreading fake news (hoax) by Polri institutions in the mass media on their image in the eyes of students. To obtain answers to the hypothesis, the researchers used a quantitative approach, with a survey method using a questionnaire instrument distributed online using the Google Form application through WhatsApp groups for each student's course. The results showed that the mass media coverage of the case of the murder of Brigadier J was not significantly affected by the image of the Police in the eyes of students.

Key Word: Terpaan Berita, Citra

Latar Belakang Masalah

Club Fitness *First* buka pertama kali di kota Seluruh isi media merupakan realitas yang telah dikonstruksikan dalam bentuk wacana yang bermakna. Media akan mampu membuat beberapa isu menjadi lebih penting dari yang lainnya, sehingga mampu memengaruhi pikiran pembaca (Budhirianto, Sumiaty, Syaidah. 2018). Sepanjang perkembangannya, media memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk opini di tengah masyarakat. Media-media *mainstream* yang berkembang sejak abad IX seperti surat kabar, majalah, radio, televisi telah membuktikan pengaruhnya sebagai kekuatan pilar keempat. Terlebih lagi perkembangan media *online* yang sedemikian cepat ditunjang oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat informasi menyebar

melampaui ruang dan waktu. Penemuan internet membuat teknologi alat komunikasi seperti *Handphone* dan *Gadget* berkembang massif yang dapat dimiliki oleh siapa saja, sehingga pemberitaan yang disampaikan oleh berbagai media massa dapat dengan mudah diakses kapanpun dan oleh siapapun.

Pemberitaan kasus pembunuhan Brigadir Joshua pada tanggal 8 Juli 2022 oleh Irjen Ferdy Sambo mendapat perhatian banyak pihak. Hampir seluruh media massa, seperti media cetak, radio dan khususnya media *online* turut secara *massif* memberitakan hal ini, seperti : Detik.com, Kompas.com, Tribunnews.com, Pikiran-rakyat.com, suara.com, merdeka.com, liputan6.com, dll. Kasus ini menjadi perhatian masyarakat disebabkan adanya penyebaran berita bohong (*hoax*) oleh para petinggi Polri. Berbagai elemen di masyarakat mencurigai ada sesuatu yang

ditutup-tutupi untuk membentuk opini public tentang kematian Brigadir J adalah kematian yang wajar. Bahkan hasil penyelidikan oleh Tim Khusus (timsus) bentukan Kapolri membuktikan bahwa kasus tewasnya Brigadir J adalah kasus pembunuhan berencana yang dilakukan oleh Irjen Ferdy Sambo (sumber : detik.com, pada tanggal 9 Agustus 2022).

Penemuan fakta-fakta baru oleh timsus dan ditetapkannya beberapa personel Polri sebagai tersangka sedikit banyak akan mempengaruhi pendapat masyarakat terhadap citra institusi Polri.

Permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah: Apakah perilaku yang tidak professional dan penyebaran berita bohong (*hoax*) oleh para petinggi Polri mempengaruhi citra kepolisian di masyarakat?

Adapun tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh penyebaran berita bohong (*hoax*) oleh institusi Polri terhadap sikap mahasiswa Universitas Tama Jagakarsa Kelas Mata Kuliah Teori Komunikasi dan Cyber PR semester genap tahun 2022.
2. Untuk mengetahui bagaimana citra Polri menurut mahasiswa Universitas Tama Jagakarsa Kelas Mata Kuliah Teori Komunikasi dan Cyber PR semester genap tahun 2022.

Tinjauan Pustaka

Terpaan Media

Media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Dalam ilmu komunikasi, media bisa diartikan sebagai saluran, sarana penghubung, dan alat komunikasi. Kalimat media sebenarnya berasal dari bahasa latin yang secara harfiah mempunyai arti perantara atau pengantar. Media merupakan institusi yang difungsikan untuk mengembangkan kebebasan berpendapat dan menyebarkan informasi ke segala arah,

yakni kepada publik dan institusi lainnya termasuk pemerintah.

Menurut Bambang Purwanto, media merupakan kristalisasi pemikiran manusia yang terus bertahan melampaui waktu kehidupan individual yang menciptakan gambaran individu.

Pengertian Media menurut *Purnamawati dan Eldarni* (2001), media merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat siswa sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar”.

Terpaan atau *exposure* media adalah intensitas keadaan khalayak di mana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Terpaan media akan mempengaruhi perubahan sikap seseorang. Jadi, apabila seseorang terus-menerus diterpa oleh informasi media yang dipercayainya, hal pertama yang terjadi adalah bertambahnya pengetahuan, dan selanjutnya ada kemungkinan terjadi perubahan sikap. Beberapa studi yang dilakukan sehubungan dengan media massa, orang pada umumnya lebih tertarik untuk membahas tentang efek media massa. Bukan pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media melainkan apa yang dilakukan media terhadap khalayaknya (Effendy, 1990:10).

Terpaan media tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, tetapi apakah seseorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan dari media tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa atau mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut.

Ditinjau dari segi pesan yang disampaikan oleh media massa, maka akan timbul beberapa efek yang meliputi efek kognitif, afektif, dan konatif atau behavior.

Efek kognitif terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi oleh khalayak.

Efek ini terkait dengan pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.

Sedangkan efek afektif terjadi jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini berhubungan dengan emosi, sikap, ataupun nilai. Sementara efek konatif atau behavioral terjadi jika ada perubahan pada perilaku (Rakhmat, 2005:219).

Pengukuran efek media massa pada dasarnya sangat kompleks. Kompleksitas pengukuran media massa, secara umum dapat dikelompokkan menurut SIAPA yang dipengaruhi, APA yang dirubah, BAGAIMANA proses terjadinya efek, dan KAPAN efek tersebut terjadi. Menurut Jack M. McLeod dan Byron Reeves (dalam Gayatri, 1998), khusus untuk studi-studi lapangan non eksperimental, “siapa” yang terkena efek media sering menjadi tidak jelas; cukup sering efek media diukur dari aspek khalayak (ditingkat mikro), tetapi kesimpulan mengenai efek tersebut dibuat dalam kaitannya dengan masyarakat yang lebih besar (di tingkat makro).

Di samping itu, pengukuran efek media massa kadang-kadang menjadi sulit dilakukan karena tidak dapat diketahui hanya dari perubahan-perubahan perilaku individual saja. McLeod dan Reeves (1981) juga menjelaskan pengukuran dampak media massa menjadi semakin kompleks karena efek media pada dasarnya tidak sama pada setiap orang, tetapi sebagaimana ditunjukkan oleh hasil sejumlah penelitian efek pesan media tidak mempunyai dampak langsung atau silang karena terjadinya sering disebabkan oleh adanya variabel ketiga yang bersifat “kondisional”, “mendukung”, “mengantari”, atau justru yang ikut berpengaruh pada saat yang sama.

Menurut Donald F. Robert (Schramm dan Roberts:1990) menyebutkan bahwa efek

media adalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Karena fokusnya pada pesan maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa tersebut (*Wikipedia.com*). Semakin berkembang teknologi informasi, media massa dalam menyampaikan informasi dan hiburan, maka manusia tidak akan pernah bisa lepas dari pengaruh media massa tersebut. Setiap hari otak manusia dipenuhi oleh informasi yang disampaikan oleh media massa, seperti surat kabar, majalah, televisi, radio dan internet (media *online*). Media massa seperti media *online* sering dijadikan objek studi, karena memang dipandang sebagai suatu institusi penting dalam masyarakat.

Asumsi itu ditopang oleh beberapa alasan, bahwa :

- 1) Media massa merupakan industri yang terus berkembang, yang dapat menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya
- 2) Media massa merupakan sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat, yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya
- 3) Media adalah wadah yang menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bersifat nasional maupun internasional
- 4) Media seringkali berperan dalam mengembangkan kebudayaan, juga tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma

Media telah menjadi sumber dominan, bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi

juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media juga turut menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Pentingnya media massa, membuat peranannya begitu kuat dan hebat dalam mempengaruhi manusia. Manusia begitu tergantung pada media, hingga sampai ke urusan hidup sehari-hari. Media massa, seakan telah menjadi faktor penentu kehidupan manusia. Efek yang ditimbulkan oleh media itu sangat nyata dan jelas. Besarnya pengaruh media massa, menimbulkan efek pada kehidupan manusia.

Menurut Stamm, Keith R. & John E. Bowes (1990), efek media dalam mempengaruhi manusia, dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

- 1) Efek Primer, yaitu efek yang ditimbulkan karena adanya terpaan, perhatian dan pemahaman. Jika manusia tidak bisa lepas dari media massa, maka efek yang ditimbulkan sungguh-sungguh terjadi. Semakin memahami apa yang disampaikan oleh media, maka semakin kuat pula efek primer yang terjadi. Contoh terjadinya efek primer adalah, saat media menayangkan atau menulis berita mengenai polisi ditembak oleh sesama polisi. Maka di saat yang sama, masyarakat tertarik menyimak berita itu dengan saksama.
- 2) Efek Sekunder, yaitu efek yang ditimbulkan karena adanya perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap) dan perubahan perilaku (menerima dan memilih). Yang termasuk dari efek sekunder adalah perilaku penerima yang ada dibawah kontrol langsung si pemberi pesan. Efek sekunder diyakini lebih menggambarkan realitas yang sungguh-sungguh terjadi di masyarakat. Salah satu bentuk efek sekunder adalah efek

dari teori penggunaan dan kepuasan, atau *uses and gratifications*, yang memfokuskan perhatian pada *audience* atau masyarakat sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Dalam perspektif teori tersebut, *audience* dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, meski tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Contoh terjadinya efek sekunder adalah, saat media mengulas tentang peristiwa penembakan polisi oleh sesama polisi, maka reaksi masyarakat begitu beragam.

Pada kajian teori-teori efek lain, efek media semakin besar, ketika televisi komersial hadir di tengah masyarakat pada tahun 1935. Studi efek lebih difokuskan pada segi sikap dan perilaku. Oleh karenanya, efek media terbagi dalam tiga periode yaitu :

a. Periode 1930-1950

Periode dikenal sebagai Efek Tak Terbatas atau *Unlimited Effects*, dimana pada periode tersebut, dunia tengah diguncang perang dunia pertama dan perang dunia kedua. Di masa itu, media dianggap memiliki efek tidak terbatas, karena memiliki efek yang besar ketika menimpa masyarakat. Teori yang menjelaskan efek tersebut adalah Teori Stimulus Respons (*S-R Theory*). Teori tersebut juga dikenal dengan Teori Peluru (*Bullet Theory*) dan Jarum Hipodermik (*Hypodermic Needle Theory*). Menurut teori tersebut, bahwa kegiatan mengirimkan pesan, sama halnya dengan menyuntikkan obat yang bisa langsung masuk ke dalam jiwa penerima pesan. Sebagaimana peluru yang memiliki kekuatan besar dan luar biasa, apabila ditembakkan, maka sasaran tidak akan bisa menghindar. Kedua teori tersebut mencoba menjelaskan, bagaimana proses berjalannya pesan dari sumber (komunikator) kepada

penerima pesan (komunikasi), dimana proses tersebut berjalan satu arah atau *one way direction*.

Dapat disimpulkan, bahwa efek media pada periode tersebut sangatlah sederhana, karena hanya melihat dampak dari pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikasi. Dimana media memberikan stimulus, maka komunikasi menanggapi dengan menunjukkan respons, sehingga dinamakan teori stimulus respons. Meski dinilai memberikan efek yang sederhana, ada kalanya, pesan yang diterima komunikasi tidaklah sama. Akibatnya, respons yang diberikan pun ditunjukkan berbeda, antara komunikasi yang satu dan komunikasi lainnya. Untuk itu, pesan yang disampaikan harus dilakukan secara berulang-ulang, agar dimengerti oleh komunikasi. Selain itu, pesan yang disampaikan haruslah ditujukan pada komunikasi yang dijadikan target sasaran informasi.

b. Periode 1950-1970.

Periode ini dikenal sebagai Efek Terbatas atau Limited Effect, dimana media massa sudah tidak memiliki kekuatannya lagi, sebagaimana periode teori masyarakat massa atau periode efek tidak terbatas. Karena setelah berakhirnya perang, masyarakat tidak mudah dipengaruhi oleh isi pesan media massa. Teori yang mendukung terjadinya perubahan efek media pada masyarakat pada saat itu adalah Teori Perubahan Sikap atau *Attitude Change Theory*, yang dikenalkan oleh Carl Iver Hovland, pada awal tahun 1950-an. Juga dikuatkan oleh Teori Penguatan atau *Reinforcement Theory* dari Joseph T. Klapper, yang muncul pada tahun 1960-an. Teori perubahan sikap Carl Iver Hovland memberikan penjelasan, bagaimana sikap seseorang terbentuk dan bagaimana sikap itu dapat berubah melalui proses komunikasi, dan bagaimana sikap itu dapat

mempengaruhi sikap atau tingkah laku seseorang.

Menurut Hovland (2007), seseorang akan merasa tidak nyaman bila dihadapkan pada informasi baru yang bertentangan dengan keyakinannya. Teori perubahan sikap, juga disebut sebagai Teori Disonansi, yang berarti ketidakcocokan atau ketidaksesuaian. Untuk mengurangi ketidaknyamanan itu, maka akan ada proses selektif, yaitu penerimaan informasi selektif, ingatan selektif, dan persepsi selektif. Sedangkan istilah efek terbatas, awal mulanya dikemukakan oleh Joseph Klapper (1990) dari Columbia University. Pada tahun 1960, ia menulis tentang efek terbatas media massa yang dipublikasikannya dengan judul 'Pengaruh Media Massa'. Menurutnya, komunikasi massa bukanlah penyebab yang cukup kuat untuk menimbulkan efek bagi masyarakat, tetapi pengaruh komunikasi massa terjadi melalui berbagai faktor dan pengaruh perantara.

Pemikiran Klapper tersebut dikenal dengan nama *Phenomenistic Theory*, atau lebih dikenal dengan nama Teori Penguatan, karena menekankan pada kekuatan media yang terbatas. Menurut Klapper, faktor psikologis dan sosial turut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan dari media massa, yaitu karena adanya proses seleksi, proses kelompok, norma kelompok dan keberadaan pemimpin opini. Efek terbatas bisa terjadi karena dua hal, yaitu: 1). Rendahnya terpaan media massa. Yaitu sedikitnya jumlah komunikasi media massa yang menyimak berita di media tersebut dibandingkan dengan komunikasi yang lebih memilih menikmati berita tentang hiburan. 2). Adanya perlawanan. Media bisa memberitakan, bagaimana seseorang ditampilkan dengan karakter yang berlawanan. Yaitu media yang memuat berita terkait penggambaran seorang tokoh yang sedang bersaing memperoleh dukungan masyarakat.

Media menggambarkan sosok tertentu sebagai orang yang berasal dari generasi terdidik, intelektual, cerdas dan berprestasi serta santun dalam berkata-kata. Disatu sisi sosok lawan digambarkan sebagai orang yang urakan, kasar dan tidak beradab. Akibat adanya berita yang berlawanan tersebut, maka turut membentuk sikap dan prilaku masyarakat. Mereka bisa menentang, ketika menyaksikan berita yang berlawanan itu.

c. Periode 1970-1980an.

Periode ini dikenal sebagai Efek Moderat atau *Not so Limited Effect*, dimana masyarakat yang semakin modern, semakin mampu menyaring efek yang ditimbulkan media massa. Artinya, banyak variable yang turut mempengaruhi proses penerimaan pesan, yaitu tingkat pendidikan, lingkungan sosial, kebutuhan dan sistem nilai yang dianut masyarakat itu sendiri. Jadi, semakin tinggi tingkat pendidikannya, semakin selektif pula dalam menyeleksi pesan yang ditimbulkan oleh media. Masyarakat sudah mampu menyaring, bahwa suatu pesan itu benar ataukah tidak, meskipun ada di antara masyarakat yang menggunakan produk tersebut. Dengan demikian, pesan dan efek dalam komunikasi massa, merupakan proses interaksi dan hasil negoisasi antara media dan masyarakat. Teori yang tepat untuk menggambarannya adalah Teori Kebudayaan atau *Cultural Theories*.

Berita

Berita adalah semua hal yang terjadi di dunia. Dalam gambaran yang sederhana, seperti dilukiskan oleh para pakar jurnalistik, berikut adalah apa yang ditulis surat kabar baik cetak maupun online, apa yang disiarkan oleh radio, dan apa yang ditayangkan televisi. Berita menampilkan fakta, tetapi tidak setiap fakta merupakan berita. Berita biasanya menyangkut orang-orang, tetapi tidak setiap orang bisa

dijadikan berita. Berita merupakan sejumlah peristiwa yang terjadi di dunia, tetapi hanya sebagian kecil saja yang dilaporkan. Banyak orang mendefinisikan berita sesuai dengan sudut pandangnya masing-masing. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa belum ada definisi berita secara universal. Untuk memperkuat penyajian atas peristiwa apa yang sedang kita pantau dan bagaimana menyajikannya, reporter pencari berita harus mempunyai definisi sendiri mengenai lingkup pekerjaannya.

Dalam buku *Here's the News* yang dihimpun oleh Paul De Maeseneer (1999), berita didefinisikan sebagai informasi baru tentang kejadian yang baru, penting, dan bermakna (signifikan), yang berpengaruh pada para pendengarnya serta relevan dan layak dinikmati oleh mereka. Definisi berita tersebut mengandung unsur-unsur yang : a). Baru dan penting b). Bermakna dan berpengaruh c). Menyangkut hidup orang banyak d). Relevan dan menarik.

Definisi lain dari berita, menurut Doug Newson dan James A. Wollert dalam *Media Writing : News for the Mass Media* (1985:11) mengemukakan dalam definisi sederhana, berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat (dalam Sumadiria, 2005:64). Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan. Batasan-batasan yang diberikan oleh tokoh-tokoh lain mengenai berita, yang dikutip Assegaff, 1983 antara lain sebagai berikut :

- a) M. Lyle Spencer, dalam buku *News Writing* menyebutkan, berita merupakan kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca.
- b) Williard C. Bleyer, dalam buku *Newspaper Writing and Editing* mengemukakan, berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh

wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena dia dapat menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut.

- c) William S. Maulsby dalam buku *Getting in News* menulis, berita dapat didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.
- d) Eric C. Hepwood menulis, berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian umum.

Setelah merujuk kepada beberapa definisi di atas, meskipun berbeda-beda namun terdapat persamaan yang mengikat pada berita, meliputi : menarik perhatian, luar biasa dan termasa (baru). Karena itu, bisa disimpulkan bahwa berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak.

Media Sosial

Untuk melakukan komunikasi dengan publik, *Public Relations* perlu mendekatkan diri pada publik menggunakan media, khususnya media sosial. *Public Relations* dapat membagikan informasi terkini terkait perusahaan menggunakan media sosial agar informasi tersebut dapat tersampaikan kepada khalayak luas.

Shirky (Nasrullah, 2016:11) berpendapat bahwa “Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang

semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi”.

Menurut Gustam, (2015:213), “Media online yang mempromosikan keterlibatan sosial dan media sosial yang menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif antar *user generated content* disebut sebagai media sosial”.

Menurut Nasrullah, (2016:13), “Media sosial adalah media online yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, bekerja sama, berbagi, dan terhubung dengan pengguna lain dalam rangka mengembangkan ikatan sosial virtual”.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berkomunikasi, berbagi, dan membuat berbagai konten menggunakan media sosial. Media sosial yaitu media *online* yang digunakan satu sama lain dimana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berkomunikasi, berbagi, dan membuat berbagai materi tanpa dibatasi oleh tempat atau waktu.

Citra

Citra merupakan salah satu unsur penting bagi institusi untuk mempengaruhi pola perilaku masyarakat agar senantiasa memberi persepsi positif terhadap Lembaga penegak hukum. Citra yang baik akan tumbuh seiring kesan yang ditampilkan di depan public selalu positif. Bagi institusi penegak hukum perilaku dan kredibilitas oknum yang menjalankan aturan-aturan didalamnya dilakukan dengan baik. Tingkat kepatuhan masyarakat akan sangat tergantung pada citra institusi itu sendiri.

Kasali (2003:28) berpendapat bahwa citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi.

Dalam sebuah organisasi akan memiliki beberapa citra yang berbeda-beda dimata publik.

Frank Jefkiens dalam Soemirat & Ardianto (2007:171), bahwa citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Menurut Kotler dan Keller (2009:57), citra merupakan kesan, impressi, perasaan atau persepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, suatu obyek, orang atau lembaga.

Dari uraian pendapat di atas, maka dapat disimpulkan, citra adalah persepi yang diperoleh dari masyarakat terhadap jati diri organisasi yang sengaja dibentuk untuk menunjukkan ciri khas organisasi. Menurut Anggoro (2008:59), citra memiliki lima jenis yaitu:

1. Citra Bayangan, yaitu gambaran tentang orang-orang yang ada di dalam atau anggota organisasi yang peduli dengan persepsi orang luar tentang organisasi. Maksudnya citra bayangan adalah gambaran atau pandangan individu dari luar organisasi. Karena kurangnya informasi, pengetahuan, atau kesadaran di antara individu-individu dalam organisasi tentang ide-ide atau perspektif orang luar, gambaran ini sering salah, dan bahkan hanya ilusi. Ini adalah citra yang terlalu positif.
2. Citra yang berlaku, yaitu citra yang berlaku adalah persepsi tentang suatu organisasi yang dipegang atau melekat pada pihak luar. Citra yang tidak berlaku selamanya karena didasarkan pada pengalaman atau pemahaman yang tidak memadai dari orang luar yang relevan. Citra ini hampir selalu negatif. Citra ini sangat dipengaruhi oleh kuantitas pengetahuan yang dimiliki oleh

mereka yang meyakininya. Bukan hanya pikiran yang menguntungkan dan negatif, tetapi semua persepsi dan gambaran mental masyarakat terhadap semua bagian organisasi harus diperhatikan.

3. Citra harapan, yaitu salah satu citra yang diinginkan oleh organisasi. Dalam kebanyakan kasus, citra harapan lebih unggul daripada citra saat ini. Ketika khalayak belum memiliki pengetahuan informasi yang cukup, citra harapan tercipta untuk menyambut sesuatu yang baru.
4. Citra Organisasi, yaitu keseluruhan dari citra suatu organisasi, bukan hanya citra atas pelayanannya saja. Banyak faktor yang mempengaruhi citra suatu organisasi.
5. Citra majemuk, yaitu setiap organisasi biasanya memiliki beberapa divisi dan penanggung jawab dimana masing-masing dengan kepribadian dan perilakunya sendiri. Akibatnya secara tidak langsung akan memproyeksikan atau memunculkan citra yang belum tentu konsisten dengan citra organisasi secara keseluruhan.

Metodologi Penelitian

Guna menjawab perumusan masalah penelitian yang sudah ditetapkan, peneliti memilih menggunakan pendekatan kuantitatif *explanatory* yang bersifat *causal* dengan survey yang berfokus pada salah satu faktor yang mempengaruhi citra institusi Polri di mata mahasiswa Universitas Tama Jagakarsa Kelas Mata Kuliah Teori Komunikasi dan kelas Cyber PR tahun 2022 terkait adanya pemberitaan media massa yang *massif* pada peristiwa pembunuhan Brigadir J oleh pejabat tinggi Polri di rumah dinasny.

Berdasarkan tingkat kealamiahannya, metode penelitian dapat dikelompokkan

menjadi metode *explanatory*, survey dan naturalistik (Sugiyono:2010). Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sementara itu instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Karena berupa alat, maka instrumen pengumpulan data dapat berupa *check list*, kuesioner, pedoman wawancara, hingga kamera untuk foto atau untuk merekam gambar (Uceo,2016). Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode survey. Sedangkan instrumen yang digunakan yaitu berupa kuesioner yang disebarakan kepada responden sesuai jumlah sampel dari populasi yang telah ditentukan.

Penelitian dilaksanakan secara *online* dengan mengirimkan questioner melalui *link Google Form* berisi pertanyaan kepada mahasiswa Universitas Tama Jagakarsa kelas mata kuliah Teori Komunikasi dan Cyber PR semester genap tahun 2022. Waktu penelitian dilakukan terhitung sejak disembarkannya kuesioner yaitu bulan Agustus 2022.

Pemilihan mahasiswa sebagai obyek penelitian, didasarkan atas asumsi rendahnya tingkat kepedulian mahasiswa dalam mengkonsumsi pemberitaan masalah sosial yang sedang terjadi di masyarakat. Sebagaimana dilansir oleh *Analitic Fellowship Maverick Indonesia*, menunjukkan tingkat perhatian generasi Z terhadap berita sosial politik yang masih rendah. Dalam hasil survey yang melibatkan 722 responden berusia antara 18 dan 24 tahun di Jabodetabek, Bandung, dan Yogyakarta menemukan bahwa 24% generasi ini berminat terhadap berita perkembangan sosial politik.

Variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Terpaan berita kasus tewasnya Brigadir J di rumah dinas Irjen Ferdy Sambo dimana pemberitaan kasus tersebut yang mempengaruhi persepsi masyarakat.
- b) Citra adalah citra Polri yang didapatkan melalui media berupa pernyataan-pernyataan resmi pejabat Polri.

Subyek penelitian adalah mahasiswa Universitas Tama Jagakarsa kelompok mata kuliah Teori Komunikasi semester genap tahun 2022. Adapun obyek penelitiannya adalah pengaruh terpaan berita kasus tewasnya Brigadir J di rumah dinas Irjen Ferdy Sambo.

Populasi adalah suatu kelompok yang memiliki karakteristik serupa yang dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Tama Jagakarsa kelas mata kuliah Teori Komunikasi dan Cyber PR semester genap tahun 2022 sebanyak 35 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2004:91). Dari populasi sebanyak 35 orang, peneliti menggunakan seluruh populasi menjadi sampel (sampel jenuh) dimana data disebarakan kepada semua mahasiswa yang secara aktif mengikuti kelas perkuliahan Teori Komunikasi dan Cyber PR semester genap tahun 2022. Dalam hal tingkat kesalahan, pada penelitian ini peneliti menentukan tingkat kesalahannya adalah 5% (0,05).

Penelitian ini menggunakan 2 (dua) macam metode pengumpulan data, yaitu : Kuesioner, yaitu merupakan sumber primer yang dipakai dengan menyebarkan kuesioner melalui group *WhatsApp* kepada responden, yaitu mahasiswa Universitas Tama Jagakarsa kelompok kelas mata kuliah Teori Komunikasi dan Cyber PR semester genap tahun 2022.

Studi Pustaka, kegiatan mengumpulkan bahan-bahan yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari jurnal-jurnal, literatur-literatur, serta sumber-sumber lain yang dapat dijadikan bahan masukan untuk mendukung penelitian.

Analisis deskriptif penelitian ini dapat menggunakan statistik deskriptif, analisis univariate maupun statistik inferensial, bergantung kepada data yang diperoleh.

Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor pernyataan dan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner (Budi, 2006:247). Uji validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk (Ghozali, 2004:46). Uji Validitas yang akan digunakan pada penelitian ini adalah validitas konstruk (Dajan, 1998:376). Pada uji Validitas ini penulis menggunakan program *SPSS 23 for Windows*.

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006:41). Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha (*cronbach alpha*). Sebagaimana dikatakan oleh Nunnally (1967) bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60 (Ghozali, 2006:42).

Hasil Penelitian

Sejarah Kepolisian Republik Indonesia

Pasca kemerdekaan Indonesia, secara resmi kepolisian menjadi kepolisian Indonesia. Pada 19 Agustus 1945 dibentuk Badan Kepolisian Negara (BKN). Pada 21 Agustus 1945, Komandan Polisi di Surabaya, Inspektur Kelas I (Letnan Satu) Polisi Mochammad Jassin memproklamasikan Pasukan Polisi RI. Ini

merupakan langkah awal untuk membangkitkan semangat pasukan polisi di Indonesia.

Pada 29 September 1945, Presiden Soekarno melantik RS Soekanto Tjokrodiatmodjo menjadi Kepala Kepolisian Negara. Barulah pada 1 Juli 1946, Polri resmi ditetapkan sesuai dengan Penetapan Pemerintah tahun 1946 No.11/S.D. Dengan adanya surat penetapan tersebut, tanggal 1 Juli diperingati sebagai Hari Bhayangkara. Pada periode setelah kemerdekaan, Polri menerapkan sejumlah aturan dan menjalin hubungan kelembagaan dengan berbagai pihak.

Dalam UU No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia dijelaskan pada Pasal 2 bahwa fungsi kepolisian di antaranya: Pemeliharaan keamanan, Ketertiban masyarakat, Penegakan hukum, Perlindungan dan pengayoman, Pelayanan masyarakat.

Masih merujuk pada UU No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, tugas utama kepolisian meliputi:

1. Tugas pembinaan masyarakat. Pembinaan masyarakat dilakukan dengan pendekatan secara sosial serta mutualisme untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan kesadaran hukum.
2. Tugas di bidang preventif. Tugas ini meliputi memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat termasuk memberi perlindungan serta pertolongan.

Demografi

Mahasiswa Universitas Tama Jagakarsa kelompok kelas mata kuliah Teori Komunikasi dan mata kuliah Cyber PR semester genap tahun 2022 berjumlah sebanyak 35 orang dengan komposisi Pria sebanyak 14 orang dan Wanita sebanyak 21 orang. Mereka terdaftar sebagai mahasiswa

sejak Angkatan 2019 dan 2020. Sampai dengan saat ini mereka sudah menempuh IV dan VI semester. Tempat tinggal mereka terpisah-pisah, dan yang terbanyak berdomisili di seputar Jabodetabek.

Dari jumlah responden sebanyak 35 orang mahasiswa, rata-rata masih usia-usia produktif yaitu usia di bawah 30 tahun sehingga tergolong Generasi Z.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	14	40	40	40
	Perempuan	21	60	60	100
	Total	35	100	100	

Sumber: Jawaban Responden pada penyebaran kuesioner bulan Agustus 2022

Uji Normalitas

Menurut Duwi Priyatno (2012:144), uji normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Dibawah ini merupakan pengujian normalitas data menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test pada uji SPSS.

Test of Normality Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam uji normalitas data, dengan dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $<0,05$ maka nilai residual data tidak terdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka nilai residual data terdistribusi normal.

Hasil Test of Normality Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa Nilai Significance sebesar 0,115. Artinya bahwa nilai residual data terdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,01714124
Most Extreme Differences	Absolute	,134
	Positive	,112
	Negative	-,134
Test Statistic		,134
Asymp. Sig. (2-tailed)		,115 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berikut dilakukan pada variabel Y dengan hasil sebagai berikut :
Variabel X

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	31	88,6
	Excluded ^a	4	11,4
	Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,795	14

Menurut Nunnaly (1967) dan Hinkle (2004) ataupun indeks yang biasa digunakan dalam penelitian sosial, apabila angka Cronbach's Alpha (α) diatas 0.60 menunjukkan bahwa konstruk atau variabel adalah reliabel. Hasil Uji

Validitas

Uji Signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r table, dimana *level of significance* yang digunakan adalah sebesar 0.05. Hasil uji validitas

perhitungan di atas menunjukkan bahwa dari 14 instrumen pada variabel X memiliki angka reliabilitas yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.795.

berdasarkan data yang masuk diolah menggunakan SPSS, dengan hasil sebagai berikut :

- Uji Validitas Variabel "Y"

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	34	97,1
	Excluded ^a	1	2,9
	Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,924	10

Pada uji validitas variabel Y menunjukkan bahwa beberapa indikator pada tabel di atas terdapat nilai r hitung (Corrected Item Total Correlation) < r table (0.334). Hal ini menunjukkan kesimpulan bahwa beberapa indikator-indikator kuesioner variabel ini (Y) dinyatakan valid.

Pada Uji Validitas pertama didapatkan beberapa indikator yang tidak valid yaitu pada X1=0,207, X5=0,244, X6=0,228, X13=0,246, X17=0,310, artinya variabel-variabel tersebut dinyatakan tidak valid karena berada di bawah nilai r table yaitu 0,334. Hasil uji validitas kedua terhadap 14 variabel X menunjukkan bahwa instrumen untuk X memiliki angka reliabilitas yang sangat tinggi.

Hal ini dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha = 0.795. Jika melihat hasil yang demikian, maka menurut Nunnally (1967) dan Hinkle (2004) ataupun indeks yang biasa digunakan dalam penelitian sosial, apabila angka Cronbach Alfa (α) di atas 0.60, maka menunjukkan bahwa konstruk atau variabel adalah reliabel.

Analisa Korelasi

Analisa ini ditujukan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan dua variabel ditunjukkan oleh nilai *Pearson Correlation* (R) dimana nilai secara umum dibagi menjadi sbb:

- 0 – 0.25 → korelasi sangat lemah
- 0.25 – 0.50 → korelasi moderat
- 0.50 – 0.75 → korelasi kuat
- 0.75 – 1.00 → korelasi sangat kuat

Correlations			
		Terpaan	Citra
Terpaan	Pearson Correlation	1	-,076
	Sig. (2-tailed)		,663
	N	35	35
Citra	Pearson Correlation	-,076	1
	Sig. (2-tailed)	,663	
	N	35	35

Dari analisis di atas menunjukkan hasil nilai pearson correlation pada variabel X dan variabel Y memiliki korelasi negative yang kuat.

Keputusan :

Pada tabel di atas, nilai sig = 0.663 yang berarti > 0.05. Maka keputusannya adalah H0 diterima. Dengan kata lain maka antara X dan Y ada korelasi negative. Koefisien korelasi R = 0.663 menunjukkan tingkat hubungan kedua variabel pada tingkat kuat untuk skala 0 – 1.

Hipotesis :

H0: variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H1: variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

- Dasar Pengambilan Keputusan

Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0.05 atau - t tabel < t hitung < t tabel maka H0 tidak ditolak

Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0.05 atau t hitung < - t tabel atau t hitung > t tabel maka H0 ditolak

- Keputusan

1. Pada tabel di atas nilai sig variabel X = - 0.024 < 0.05 sehingga H0 diterima, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
2. Dengan demikian diambil kesimpulan bahwa variabel terpaan berita tewasnya Brigadir J tidak berpengaruh secara signifikan terhadap citra Polri dimata mahasiswa Universitas Tama Jagakarsa.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Terpaan Berita Media Massa Tentang Kasus Sambo Terhadap Citra Polri Di Mata Mahasiswa, yang memusatkan studi pada Mahasiswa Kelas Mata Kuliah Teori Komunikasi & Cyber PR Semester Genap Tahun 2022 Universitas Tama Jagakarsa yang dilakukan melalui survey dengan penyebaran kuesioner disimpulkan sebagai berikut :

1. Pemberitaan vonis tentang tewasnya Brigadir J dalam kasus Sambo yang melibatkan petinggi Polri telah mendapatkan perhatian yang tinggi dan secara masif oleh media massa maupun media sosial.
2. Citra Polri di mata mahasiswa tidak banyak dipengaruhi oleh pemberitaan media massa tentang pembunuhan Brigadir J oleh atasannya yaitu Irjen Ferdy Sambo.
3. Secara umum dapat dikatakan bahwa terpaan berita kasus Sambo tidak berpengaruh signifikan terhadap Citra Polri di mata Mahasiswa Kelas Mata Kuliah Teori Komunikasi & Cyber PR Semester Genap Tahun 2022 Universitas Tama Jagakarsa.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis data, maka penulis mencoba memberikan rekomendasi sebagai berikut :

1. Pentingnya Pendidikan kesadaran social mahasiswa agar terus peduli dengan masalah-masalah social, politik, dan kemasyarakatan.
2. Membentuk sikap yang kritis serta memiliki sikap skeptis dengan menyaring setiap berita yang disiarkan oleh media.
3. Sebagai institusi negara yang memiliki kewajiban untuk menjaga ketertiban dan keamanan masyarakat, hendaknya Polri terus meningkatkan profesionalismenya.
4. Hendaknya Polri senantiasa menjaga independensi agar setiap informasi yang disampaikan tetap dipercaya oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaff, Djafar. 1983. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 1990, Bandung : PT.Remaja Rosda karya
- Firmanzah, 2007, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, Yayasan Obor Indonesia (YOI), Jakarta.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (POD)*. Jakarta: Granit.
- Hovland, Carl L. 2007. *Definisi Komunikasi*. PT.Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Jalaludin Rakhmat, 2005, *Psikologi Komunikasi*, edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Klapper Joseph, *Pengaruh Media Massa*, Bandung.1999
- Nunnally, 1967 dalam Ghozali, I., 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, hal. 42.
- Nurudin.2007, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada (p;206)
- Purnamawati dan Eldarni (2001:4), Di akses dari Internet pada <http://susantotutor.wordpress.com/category/pengertian-media-pembelajaran/>, tanggal 4 Oktober 2014
- Singarimbun. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Edisi Revisi, LP3ES. Jakarta
- Sumadiria AS Haris, *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*.Bandung :Simbiosa Rekatama Media, 2005
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Wilbur Schramm and Donald F. Roberts, *The process and effects of mass communication*, Wilbur Lang, 1990
- Jurnal dan Media Online :
- <https://informatika.uc.ac.id/id/author/uceo/>
- <https://bpptik.kominfo.go.id/2021/07/23/9088/pola-konsumsi-masyarakat-dalam-mengakses-berita-saat-pandemi/>
- <https://www.kominfo.go.id/content/detail/29739/perlu-komitmen-bersama-wujudkan-keterbukaan-informasi-publik-di-masa-adaptasi-baru/0/berita/>
- <https://nasional.sindonews.com/read/734711/15/survei-gen-z-ternyata-suka-berita-politik-instagram-jadi-pilihan-1649196249/>
- <https://news.detik.com/berita/d-6174394/polri-jelaskan-alasan-kasus-penembakan-brigadir-j-baru-diungkap>
- <https://news.detik.com/berita/d-6225884/pengacara-hormati-penetapan-tersangka-irjen-ferdy-sambo/>
- <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/abdimoestopo/article/download/1361/683>, jurnal.kominfo.go.id