

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang telah ditetapkan bersama. Salah satu tujuan yang ingin dicapai adalah terbentuknya suatu citra yang positif di mata masyarakat. Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan demi mencapai citra positif tersebut. Seperti diketahui bahwa dalam suatu lembaga atau institusi, baik swasta maupun pemerintah, citra merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan.

Citra yang baik atau positif dimaksudkan agar organisasi atau perusahaan dapat hidup dan orang-orang di dalamnya dapat terus mengembangkan kreativitasnya dan dapat memberi manfaat lebih berarti bagi orang lain (Kasali, 1994: 30). Bill Canton dalam Sukatendel menyebutkan citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan (Soemirat dan Ardianto, 2010: 112). Citra juga didefinisikan sebagai citra adalah total persepsi terhadap suatu obyek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu (Sutisna, 2001: 83).

Secara umum, Frank Jefkins juga mengartikan citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya (Soemirat dan Ardianto, 2010: 114). Berdasarkan definisi tersebut, maka terbentuknya suatu citra adalah dari hasil memproses informasi setiap waktu. Informasi ini dapat diperoleh dari berbagai sumber salah

satunya adalah media online yang banyak bermunculan saat ini. Oleh sebab itu, dengan mendapat banyak terpaan informasi mengenai suatu objek maka akan semakin terbentuk citra tertentu di dalam benak individu.

Terpaan adalah kegiatan mendengar, melihat dan membaca pesan-pesan pada media massa atau mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut (Kriyantono, 2008: 209). Sedangkan Effendi menyebutkan terpaan adalah keadaan dimana khalayak secara intens menerima pesan yang disampaikan oleh media massa sehingga dengan menerima terpaan dari media massa dapat membuat khalayak memperoleh informasi, pengetahuan serta wawasan yang luas (1990: 10). Terpaan juga diartikan sebagai penggunaan media baik dari jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan media tersebut. Penggunaan jenis media dapat berupa media cetak, media audio, media audiovisual maupun media online. (Erdinaya, 2005: 164).

Perlu diketahui bahwa walaupun media mempunyai pengaruh terhadap pembentukan citra, hal tersebut tetap tidak bisa memaksa untuk seluruh lapisan masyarakat yang ada untuk memiliki respon yang sama dalam menerima setiap informasi yang disampaikan oleh media melalui pemberitaannya. Hal tersebut disebabkan oleh citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima (Soemirat dan Ardianto, 2010: 114). Proses pembentukan citra terhadap suatu objek, baik organisasi, perusahaan maupun individu, terjadi dalam struktur kognitif, melibatkan empat komponen penting yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap (Lippman dalam Soemirat dan Ardianto, 2010: 115). Dengan kata lain, proses pembentukan citra menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar akan

diorganisasikan dan mempengaruhi respons individu. Stimulus yang diberikan pada individu akan dapat diterima atau ditolak.

Di Indonesia, Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara, memperkirakan bahwa saat ini terdapat 43.000 portal berita online. Dari jumlah tersebut yang telah diverifikasi oleh Dewan Pers tidak lebih dari 100 media (Menkominfo: Baru 100 Portal Berita Online Terverifikasi dalam <https://kominfo.go.id/content/> diakses tanggal 20 September 2019 pukul 19:00 WIB). Dewan Pers melalui Ketua-nya juga menyebutkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah media paling banyak yaitu 47 ribu, dengan jumlah paling banyak adalah media online. Dari jumlah tersebut hanya terdapat 168 media yang telah terdata di Dewan Pers (Hati-Hati Baca Berita, Dewan Pers Catat 43.300 Media Online Tidak Terdata dalam <https://www.liputan6.com/> diakses tanggal 20 September 2019 pukul 19:11 WIB). Dengan banyaknya jumlah media online sebagai sumber informasi, maka khalayak akan semakin mudah dalam mendapatkan suatu informasi mengenai kejadian terkini atau tentang suatu hal sehingga tidak dipungkiri akan mempengaruhi citra yang terbentuk.

Di antara jumlah media online yang sudah diverifikasi tersebut, Detik.com merupakan salah satunya. Dalam hal bisnis media massa, media online Detik.com dapat dikatakan merupakan pendobrak arus utama dengan menawarkan kecepatan pemberitaan di era globalisasi serta mengikuti kebutuhan khalayak akan informasi yang cepat. Detik.com telah menjadi simbol perkembangan ekonomi baru yang berkembang menjadi bisnis yang melejit. Media yang beralamat di daerah Warung

Buncit Jakarta Selatan ini 100% saham diakuisisi oleh CT Group (Grup Perusahaan Chairul Tanjung) dengan nilai penjualan mencapai US\$ 60 juta. Dengan kondisi tersebut menunjukkan bahwa detik.com menjadi pilihan bagi khalayak dalam mencari informasi terkait peristiwa-peristiwa terkini ataupun informasi lainnya.

Berdasarkan situs Alexa.com, detik.com merupakan portal media online yang paling sering dikunjungi pada tahun 2018. Untuk diketahui, perusahaan Alexa.com merupakan anak perusahaan dari Amazon.com yang berbasis di California dan menyediakan data komersial terkait *traffic web*. Didirikan sebagai sebuah perusahaan independen pada tahun 1996 kemudian diakuisisi oleh Amazon pada tahun 1999.

Alexa.com menyediakan *toolbar* yang diciptakan untuk mengumpulkan data berupa kebiasaan berselancar penggunaannya di internet dan mengirimkannya ke pusat data Alexa, dimana data-data tersebut disimpan dan dianalisis sehingga menjadi dasar dari laporan web traffic yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya. Tercatat pada tahun 2014, Alexa menyediakan data traffic, ranking situs web secara global maupun dalam satu negara tertentu dan berbagai informasi lainnya pada lebih dari 30 juta situs web yang terdaftar. Situs web Alexa ini dikunjungi lebih dari 8,8 juta orang setiap bulannya.

Berdasarkan situs Similar Web, merupakan bagian dari perusahaan yang bergerak di bidang industri *advertising* dan teknologi informasi yang melayani *digital market intelligence*, detik.com mempunyai jumlah kunjungan sebanyak 167,41 juta pengunjung dengan durasi per kunjungan 05:05 dimana 54,79% pengunjung melakukan pencarian langsung ke situs detik.com

(<https://www.similarweb.com/website/detik.com> diakses tanggal 20 September 2019). Oleh sebab itu, jika berita di detik.com dikonsumsi oleh khalayak dengan jumlah yang banyak maka pengetahuan atau informasi yang diterima oleh khalayak ditentukan dari apa yang disajikan oleh detik.com.

Terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan tentang bagaimana pemberitaan dalam media online detik.com. Praptika Handiyani dan Anang Hermawan melakukan penelitian yang berjudul “Kredibilitas Portal Berita Online dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016 (Analisis Isi Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode 14 Januari – 14 Februari 2016)”. Penelitian ini melihat kredibilitas antara Kompas.com dengan Detik.com. Penilaian dikur dari enam aspek penelitian yaitu *factualness*, *accuracy*, *completeness*, *relevance*, *balance* dan *neutrality*. Dari segi gaya pemberitaan, Detik.com sangat luas dalam menyajikan pemberitaan mulai dari pemberitaan *hard news* yang mana yang harus segera diberitakan ke masyarakat hingga pemberitaan yang remeh atau ringan.

Berdasarkan hasil analisis isi yang dilakukan dalam penelitian tersebut, subdimensi *factualness* yang diukur berdasarkan sub uni analisis letak main point, jenis *main point*, *density*, *breadth*, *depth*, penggunaan istilah khusus yang tidak disertai keterangan dan kejelasan sumber rujukan, diketahui bahwa Kompas.com lebih tinggi yaitu total nilai 13,27 dibandingkan dengan Detik.com dengan total nilai 13,15. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kefaktualan berita yang disajikan Kompas.com lebih baik dibandingkan dengan Detik.com. Dalam subdimensi akurasi, nilai akurasi Kompas.com lebih baik dibandingkan dengan Detik.com yaitu dengan nilai akurasi 17,98 sedangkan Kompas.com 20,39. Hal tersebut

menunjukkan bahwa dari segi kualitas berita yang disajikan, Kompas.com lebih berkualitas dibandingkan Detik.com.

Hasil analisis kelengkapan berita yang disajikan Detik.com, nilai kelengkapan Kompas.com lebih tinggi dibandingkan Detik.com yaitu 2,24 sedangkan Detik.com 1,54. Hal ini berarti bahwa informasi berita yang disajikan Kompas.com lebih lengkap dibandingkan Detik.com. Subdimensi lain yang diukur dalam penelitian tersebut adalah mengenai relevansi yang diukur berdasarkan *significance, prominence, magnitude, timeliness dan proximity* dan diperoleh nilai berita yang disajikan Kompas.com lebih tinggi dibandingkan Detik.com. Selanjutnya adalah subdimensi *balance* yang diukur berdasarkan sourcebias dan tidak adanya *slant*. Dalam keseimbangan tersebut, diperoleh nilai yang sama antara Kompas.com dan Detik.com dimana menunjukkan kedua media online tersebut tidak terdapat *source bias* dan *slant*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa media online Detik.com memiliki nilai kredibilitas yang lebih rendah yaitu sebesar 66,65 sedangkan Kompas.com sebesar 71,94. Dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian tersebut, maka dapat dikatakan bahwa Detik.com kualitas penyajian berita dari Detik.com masih relatif rendah sehingga hal ini dapat menentukan kualitas informasi yang diterima oleh khalayak. Selain itu, juga dapat menentukan persepsi khalayak tentang media melalui penyajian beritanya.

Persepsi didefinisikan sebagai proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak melalui indera manusia (Slameto, 2010: 102). Persepsi juga merupakan proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap

stimulus yang diterima oleh individu sebagai aktivitas yang terintegrasi dalam diri individu (Walgito, 2004: 153). Definisi persepsi tersebut menunjukkan bahwa persepsi merupakan cara pandang individu atas suatu objek sebagai hasil dari proses pengorganisasian atas stimulus yang diterima oleh alat indera manusia yang kemudian ditafsirkan di dalam syaraf otak.

Dalam penelitian ini, persepsi diartikan sebagai proses pengorganisasian dan penafsiran khalayak atas media online detik.com dilihat dari berita-berita yang ada di dalamnya. Persepsi khalayak tentang media online detik.com diasumsikan menjadi variabel yang mendahului variabel yang lain yaitu sebagai *gatekeeper* dan *influential media*. Sebuah studi yang dilakukan oleh Singer, menunjukkan bahwa ketika surat kabar menjadi online, peran penjaga gawang (*gatekeeper*) menghilang (Santana, 2005: 138). Hal tersebut disebabkan oleh mekanisme yang berbeda antara media online dengan media konvensional.

Sebagai media online, Detik.com memiliki proses persiapan penyajian berita yang berbeda dengan media cetak maupun media konvensional lainnya. Pada tahap persiapan materi, Detik.com memiliki keberpihakan pada kapitalisme (Wibawa dkk, 2012: 7). Hal tersebut ditunjukkan melalui misi yaitu memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan; memberikan kesejahteraan pada karyawan dan menjadi tempat yang baik untuk berkarir; memberikan hasil optimal yang berkesinambungan bagi pemegang saham dan dalam *tagline* yang diusungnya yaitu “*mengapa menunggu esok, detik ini juga www.detik.com*”.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wibawa dkk yang berjudul “Etika dan Prinsip Jurnalisme Media Siber Detik.com Mengenai Mekanisme Pemberitaan Tewasnya WNI di Kerusuhan Mesir” menyatakan bahwa proses verifikasi pada berita tewasnya WNI di kerusuhan Mesir tidak berlangsung baik karena verifikator (*gatekeeper*) menyangka redaktur telah paham bagaimana berita yang benar. Ada mekanisme yang tidak tepat dalam proses pencarian informasi dan pengolahan berita. Dalam proses pengembangan berita, Detik.com seakan ingin menunjukkan bahwa kabar tersebut memang tersebar di dunia maya. Pada pemberitaan tersebut, Detik.com tidak memenuhi beberapa point pada pasal Kode Etik Jurnalisme KEJ). Detik.com diketahui melanggar beberapa pasal yang ada dalam KEJ.

Dalam Littlejohn (2017: 161) disebutkan bahwa para ahli telah lama mengenal bahwa media mempunyai potensi untuk menyusun isu-isu publik. Media massa mempunyai kemampuan untuk memilih dan menekankan topik tertentu yang dianggap penting sehingga membuat publik berpikir bahwa isu yang dipilih media itu penting dan menjadi agenda publik (Griffin, 2003: 393). Proses ini dikenal dengan agenda setting yang diungkapkan oleh McQuail (Nasrullah, 2014: 48).

Asumsi dasar agenda setting adalah bahwa media mempunyai kemampuan mentransfer isu untuk mempengaruhi agenda publik. Khalayak akan menganggap isu itu penting karena menganggap isu itu penting juga. Agenda setting adalah fungsi media yang memiliki kekuatan menyeleksi objek yang diberitakan, sehingga mempengaruhi apa yang dipikirkan publik (*what to think*) dan menyeleksi jenis informasi atau *frame* dari objek yang diberitakan itu sehingga mempengaruhi bagaimana cara publik memikirkan objek itu (*how to think*) (Griffin dalam



Kriyantono, 2014: 325). Fungsi penentuan agenda (agenda setting) media mengacu pada kemampuan media, dengan liputan berita yang berulang-ulang untuk mengangkat pentingnya sebuah isu dalam benak publik (Severin dan Tankard, 2001: 261).

Agenda setting dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw sebagai salah satu teori tentang efek atau dampak dari komunikasi massa terhadap masyarakat dan budaya. McCombs berpendapat bahwa media memberitahukan objek mana yang penting dan mana yang tidak (Baran dan Davis, 2010: 350). Secara sederhana, agenda setting terjadi karena media harus selektif dalam melaporkan berita (Littlejohn, 2017: 161). Jadi, media memiliki peran yang sangat penting untuk memberikan informasi serta memberikan efek mengenai informasi tersebut pada khalayak. Media massa memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian khalayak pada informasi yang disajikan.

Agenda setting, menurut Rogers dan Dearing, merupakan proses linier yang terdiri dari tiga tahap yaitu agenda media, agenda publik dan agenda kebijakan. Media agenda dalam cara tertentu akan mempengaruhi atau berinteraksi dengan apa yang menjadi pikiran public maka interaksi tersebut akan menghasilkan agenda publik. Sedangkan agenda publik akan berinteraksi dengan apa yang dinilai penting oleh pengambil kebijakan dan akan menghasilkan agenda kebijakan. Sehingga dengan demikian, agenda media akan mempengaruhi agenda publik dan pada gilirannya agenda publik akan mempengaruhi agenda kebijakan.

Penelitian ini mengkaji tentang apakah penyajian berita Detik.com mengenai kerusuhan Papua yang terjadi di Surabaya pada 17 Agustus 2019 lalu

dapat membentuk citra polisi di mata masyarakat dalam penanganan kerusuhan yang dilakuka oleh aparat kepolisian. Kerusuhan tersebut terjadi sebagai dampak terjadinya bentrok antara mahasiswa Papua di Malang dengan warga pada tanggal 16 Agustus 2019. Permasalahan ini bermula dari demo sejumlah mahasiswa Papua di depan balai kota Malang dalam rangka memperingati 57 tahun Perjanjian New York dengan tema “Amerika Serikat Harus Bertanggung Jawab Atas Penjajahan di West Papua”. Demo tersebut tidak mempunyai ijin hingga kemudian terjadi bentrok dengan warga. Tidak dikeluarkannya ijin dari pihak kepolisian disebabkan oleh poin dari aspirasi yang akan disampaikan termasuk melanggar konstitusi.

Pihak kepolisian yang mendapatkan informasi mengenai bentrok tersebut kemudian menerjunkan anggotanya untuk bersiaga di sejumlah titik. Namun hal ini menyebabkan sekelompok mahasiswa yang tergabung dalam Aliansi Mahasiswa Papua (AMP) tersebut semakin bertindak anarkis, merusak beberapa fasilitas umum, melempari warga dengan batu hingga memblokade jalan. Aksi anarkis ini kemudian menyebabkan jatuhnya korban yaitu terdapat warga yang terluka akibat terkena lemparan batu. Dengan adanya bentrok ini, pihak kepolisian resor (polres) Malang memberikan seruan dan himbauan kepada Pemerintah Provinsi Papua untuk mengkaji kembali pemberian beasiswa kepada warganya yang berkuliah di Malang dan menyebutkan bahwa mahasiswa Papua yang menempuh pendidikan di Malang menyuarakan kemerdekaan Papua (Rencana Demo Mahasiswa Papua di Malang Berujung Anarkis oleh Suki Nurhalim dalam <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/> diakses tanggal 3 September 2019 pukul 10:29 WIB).

Dari hasil pengamatan penulis, sejak awal terjadinya kerusuhan Papua hingga satu bulan yaitu tanggal 16 September 2019 detik.com memberitakan sebanyak 654 berita yang terbagi menjadi beberapa kategori berita. Jumlah berita paling banyak adalah pada tanggal 19 Agustus 2019 yaitu dengan jumlah 98 judul berita. Detik.com membagi berita yang ada dalam situsnya [www.detik.com](http://www.detik.com) menjadi beberapa kategori yaitu detikNews, DetikFoto News, 20Detik Video dan Round Up. Berita seputar kerusuhan Papua ini terlihat selama beberapa kali menjadi topik yang populer di situs detik.com. Berita berangsur berkurang jumlah pemberitaannya yaitu pada tanggal 14 September hingga 16 September 2019 yang terdapat 1 judul berita pada masing-masing tanggalnya.

Penulis melakukan analisis dari berita-berita kerusuhan Papua yang ditulis oleh detik.com dalam situsnya [www.detik.com](http://www.detik.com), terdapat beberapa tokoh politik yang sering diberitakan yaitu Menkopolkam Wiranto dan aparat kepolisian. Seperti yang ada pada berita tanggal 19 Agustus 2019 dengan judul “Kapolri: Ada Hoax Korban Tewas yang Picu Mobilisasi Massa di Manokwari”, “Siapkan Personel Tambahan, Kapolri Pastikan Manokwari Sudah Kondusif”, “Penanganan Aparat terhadap Mahasiswa Papua di Asrama Surabaya Disesalkan”. Berita pada tanggal 20 Agustus 2019 “Wiranto Soal Rusuh di Manokwati: Sabar, Saling Memaafkan”, tanggal 22 Agustus 2019 “Wiranto ke Warga Sorong: Kami Datang Bukan Mengawasi tapi Menyalami Saudara” dan seterusnya.

Pada tanggal 7 September 2019 terdapat beberapa berita mengenai penanganan polisi dalam kerusuhan. Seperti berita dengan judul “Penetapan Tersangka Veronica Koman Dikritik, Polisi: Dia Melanggar Hukum”. Pada tanggal

5 September 2019 berjudul “Terkait Hoaks di Asrama Mahasiswa Papua, Polisi Tetapkan Satu Tersangka Baru”, tanggal 4 September 2019 berjudul “Polri: Benny Wenda Sebar Provokasi Terkait Rusuh Papua ke Eropa-Afrika”, pada tanggal 3 September 2019 “Polisi Tangkap Penyebar Ujaaran Kebencian tentang Papua di Medsos”, “Polisi Tetapkan 10 Orang Sebagai Tersangka Rusuh Deiyai Papua”, “Polri Jelaskan Peran Benny Wenda dalam Rusuh Papua”. Pada tanggal 2 September 2019 terdapat beberapa judul berita seperti “Polri Sebut Hoax Soal Papua Capai 52 Ribu Konten, Diduga Disebarkan Para Elite”, “Polri Identifikasi Kelompok Jaringan Internasional Terlibat Rusuh Papua”, “Ada Pihak Luar Memanasi Papua, Padahal Warga Enjoy NKRI”, tanggal 1 September 2019 berjudul “Kapolri Sebut Kelompok yang Bikin Rusuh Papua Terkait Jaringan Internasional”, tanggal 31 Agustus 2019 “Periksa 30 Tersangka, Polisi Telusuri ‘Penunggang’ Rusuh di Jayapura”, tanggal 30 Agustus 2019 berjudul “Personel Brimob dari Jambi Diberangkatkan ke Papua”, “Soal Ricuh Papua, Moeldoko Minta TNI-Polri Kendalikan Emosi”, “Polda Sulsel Kirim 200 Personel Brimob Ke Papua Pasca Kerusuhan”, “Polda Sumbar Berangkatkan 250 Brimob Bantu Pengamanan Papua”, “Polisi Tetapkan Satu Lagi Tersangka Rasialisme di Asrama Mahasiswa Papua”, dan seterusnya.

Dari banyaknya jumlah artikel berita yang disajikan oleh Detik.com dan beberapa artikel yang memberita tersebut terlihat bahwa detik.com memberikan penekanan pada langkah yang dilakukan dan pernyataan yang disampaikan oleh pihak aparat kepolisian maka dapat dilihat bahwa Detik.com mempunyai agenda media sendiri dalam memberitakan kasus kerusuhan Papua. Apa yang dianggap

prioritas oleh media akan menjadi prioritas juga bagi publik atau masyarakat, maka penanganan kerusuhan Papua oleh aparat kepolisian juga akan dianggap penting oleh publik. Khalayak yang mendapat informasi mengenai penanganan kerusuhan Papua oleh aparat kepolisian dari pemberitaan yang ditulis oleh detik.com akan membentuk suatu persepsi sendiri yang nantinya juga akan berpengaruh pada terbentuknya citra polisi (agenda publik).

Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri), sebagai salah satu aparatur negara yang mempunyai fungsi pemerintahan di bidang pemeliharaan keamanan, tidak dipungkiri kinerja kepolisian menjadi perhatian bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Hasil survei yang dilakukan oleh Populi Center pada Agustus 2017 mendudukkan Polri di urutan ketiga dengan tingkat kepercayaan publik sebesar 9,1%, dimana angka ini meningkat dibanding survei yang dilakukan Oktober 2015 lalu yaitu 6,3%. Sedangkan dari hasil survei Poltracking Indonesia, menunjukkan Polri berada di posisi kelima dengan angka kepercayaan sebesar 61% di bawah TNI, Presiden, KPK dan KPU. Hasil berbeda ditunjukkan dari survei Litbang Kompas yaitu kinerja Polri menempati peringkat ketiga di bawah TNI dan KPK dengan angka 70,2%.

Menurut Kapolri Tito Karnavian, hasil survei beberapa lembaga pada tahun sebelumnya menempatkan polri di luar peringkat tiga teratas. (Tingkat Kepercayaan Publik Pada Polri Masih di Bawah TNI oleh Martahan Sohuturin dalam <https://www.cnnindonesia.com/nasional/> diakses tanggal 10 September 2019 pukul 09:00 WIB). Prestasi yang menonjol adalah dalam hal penangkapan pengedar narkoba (43,7%), penanganan terorisme (31,6%),

penangkapan penyebar terror (7,4%) dan penangkapan koruptor (2,2%) (Kinerja Polri di Mata Kita oleh <https://www.kompasiana.com/sang-pengembara/> oleh Madjid diakses tanggal 10 September 2019 pukul 08:29 WIB). Dengan demikian, secara global, kepercayaan publik kepada instansi kepolisian ini meningkat dari tahun-tahun sebelumnya.

Kinerja polri masih mendapat penilaian yang kurang baik dalam beberapa aspek. Sebagai contoh, upaya kepolisian dalam memberantas kelompok siber penyebar hoax dan ujaran kebencian dinilai cenderung diskriminatif (Citra Polisi Dinilai Buruk Karena Diskriminatif Memberantas Hoax dalam <https://forumkeadilan.com/2018/03/>

diakses tanggal 10 September pukul 11:03 WIB). Tindakan aparat kepolisian dianggap pilih kasih karena hanya memberlakukan pemberantasan terhadap siber dari oposisi dan terlihat setengah-setengah memberantas kelompok siber yang berada di posisi pemerintah. Hal ini dianggap akan merusak citra polisi di masyarakat.

Kinerja kepolisian negara Republik Indonesia (Polri) di bidang keamanan dan penegakan hukum juga dinilai belum mampu memuaskan kalangan ahli rumpun ilmu sosial. Bahkan kinerjanya berada pada urutan terbawah dalam survei yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) pada periode bulan April sampai Juli 2018 di 11 provinsi di Indonesia. Survei tersebut melibatkan 145 ahli politik, ekonomi, sosial-budaya dan pertahanan-keamanan. Sebanyak 57,9% responden menganggap kinerja Polri buruk, 25,5% ahli menganggap sangat buruk dan hanya 13,10% responden menyatakan puas dengan

kinerja Polri (Penjelasan Polri Soal Kinerja Polri yang Masih Dinilai Tidak mhttps://dalam <https://kabar24.bisnis.com/read/> oleh Saragih diakses tanggal 9 September 2019 pukul 20:01 WIB).

Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa aparat kepolisian dinilai belum memenuhi dalam menjalankan tugas dan tanggungjawabnya sebagai aparatur negara. Dimana dalam situs web polri <https://humas.polri.go.id> disebutkan bahwa menurut Undang-Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, Kepolisian Negara Republik Indonesia mempunyai beberapa fungsi dan peran. Fungsi Kepolisian pasal 2 menyebutkan tentang fungsi kepolisian adalah salah satu fungsi pemerintahan Negara di bidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegak hukum, perlindungan, pengayoman dan pelayanan masyarakat.

Pasal 3 menyebutkan pengemban fungsi kepolisian adalah Kepolisian Negara Republik Indonesia yang dibantu oleh kepolisian khusus; pegawai negeri sipil dan atau bentuk-bentuk pengawasan swakarsa, pengemban fungsi kepolisian sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 melaksanakan fungsi kepolisian sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar hukum masing-masing. Sedangkan tugas pokok kepolisian disebutkan dalam pasal 13 yaitu memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat. Oleh sebab itu, jika kepolisian dalam menjalankan fungsi, tanggungjawab serta perannya sebagai aparat negara, tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku seperti tersebut di atas, maka tidak dipungkiri citra polisi akan buruk di mata masyarakat.

Perlu diketahui juga bahwa khalayak yang mendapat terpaan berita kerusuhan Papua, mempunyai latar belakang yang berbeda satu sama lainnya sehingga menyebabkan adanya pola konsumsi yang berbeda. Latar belakang tersebut dapat berupa faktor demografi pembaca. Secara sederhana, faktor demografi adalah pengelompokan penduduk berdasarkan kategori yang bisa diukur melalui indikator usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan (Umar, 2002: 45 – 46). Artinya, baik usia, jenis kelamin maupun tingkat pendidikan akan menentukan bagaimana penggunaan individu terhadap media.

Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Morrisian (2009: 174) bahwa pendidikan menentukan tingkat intelektualitas seseorang dan pendapatan seseorang berpengaruh terhadap apa yang dibacanya atau apa yang ditontonnya. Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan mempunyai pola konsumsi media yang berbeda dengan yang tingkat pendidikan lebih rendah. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa faktor demografis dapat mempengaruhi bagaimana individu memberikan respon atas suatu berita yang diperolehnya dari media.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Asty Setiandini dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Negatif Joko Widodo di Media Massa dan Faktor Demografis terhadap Citra Joko Widodo sebagai Presiden RI” menunjukkan bahwa terpaan berita negatif Joko Widodo di media massa berpengaruh secara langsung terhadap citra Joko Widodo sebagai Presiden RI. Semakin tinggi terpaan berita negatif Joko Widodo di media massa maka semakin buruk citra Joko Widodo sebagai Presiden RI. Terpaan negatif Joko Widodo di media massa tidak berpengaruh terhadap citra Joko Widodo sebagai Presiden RI melalui usia dan jenis



kelamin. Namun terpaan berita negatif Joko Widodo di media massa berpengaruh terhadap citra Joko Widodo sebagai Presiden RI berdasarkan pendidikan dengan arah regresi negatif.

Detik.com sebagai media online yang sudah mendapat verifikasi dan terdaftar di Dewan Pers, maka seyogyanya menjalankan tugas pekerjaannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Seperti yang disebutkan dalam Surat Edaran Dewan Pers No. 01/SE-DP/I/2014 tentang Pelaksanaan UU Pers dan Standar Perusahaan Pers menyebutkan bahwa kegiatan jurnalistik yang menggunakan medium internet harus memenuhi persyaratan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Pedoman pemberitaan media online sebagaimana tertuang dalam Surat Edaran tersebut antara lain ruang lingkup, verifikasi dan keberimbangan berita, *user generated content*, ralat, koreksi dan hak jawab, pencabutan berita, iklan, hak cipta, dan pencantuman pedoman dan sengketa.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Pertanyaan penelitian yang diajukan berdasarkan latar belakang tersebut di atas adalah:

1. Apakah terpaan berita di media online detik.com mempunyai pengaruh terhadap citra polisi dalam penanganan kasus kerusuhan Papua pada tanggal 17 Agustus 20019 yang didahului dengan persepsi tentang media online detik.com?

2. Apakah faktor demografi berpengaruh terhadap citra polisi dalam penanganan kasus kerusuhan Papua pada tanggal 17 Agustus 2019 yang didahului dengan persepsi tentang media online detik.com?
3. Apakah terdapat pengaruh antara terpaan berita di media online detik.com tentang kerusuhan Papua dan faktor demografi pembaca terhadap citra polisi dalam penanganan kasus kerusuhan Papua tanggal 17 Agustus 2019 dengan didahului oleh persepsi pembaca tentang detik.com?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian dalam perumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan pengaruh terpaan berita di media online detik.com terhadap citra polisi dalam penanganan kerusuhan Papua pada tanggal 17 Agustus 2019 yang didahului dengan persepsi tentang media online detik.com.
2. Untuk menjelaskan pengaruh faktor demografi pembaca terhadap citra polisi dalam penanganan kerusuhan Papua pada tanggal 17 Agustus 2019 yang didahului dengan persepsi tentang media online detik.com.
3. Untuk menjelaskan pengaruh terpaan berita di media online detik.com dan faktor demografi pembaca terhadap citra polisi dalam penanganan kerusuhan Papua pada tanggal 17 Agustus 2019 yang didahului dengan persepsi pembaca tentang detik.com.

## **1.4. Signifikansi Penelitian**

### **1.4.1. Signifikansi Akademis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memaparkan pengaruh agenda media dengan agenda khalayak melalui pemberitaan yang dilakukan oleh media online seperti yang disebutkan dalam kajian agenda setting.

### **1.4.2. Signifikansi Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kebijakan media, dalam hal ini adalah media online, untuk menerapkan prinsip-prinsip atau kaedah jurnalisme yang berlaku. Selain itu, juga dapat memberikan kontribusi kepada pihak kepolisian sebagai instansi atau aparatur negara agar tetap membangun citranya yang positif di mata masyarakat.

### **1.4.3. Signifikansi Sosial**

Penelitian ini dapat memberikan gambaran atau informasi bagaimana solusi atau penanganan yang baik dan tepat dalam penanganan kasus kerusuhan terutama yang terjadi di Papua. Sehingga ke depannya, jika terjadi kasus kerusuhan yang serupa, dapat ditangani lebih baik oleh pihak yang berwenang. Dan masyarakat juga tidak mudah terpengaruh oleh pemberitaan yang ada di media terutama media-media online.

## **1.5. Kerangka Teori**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Guba dan Lincoln (1994: 105) mendefinisikan paradigma adalah sistem keyakinan dasar sebagai landasan untuk mencari jawaban atas pertanyaan apa itu hakikat

realitas, apa hakikat hubungan antara peneliti dan realitas dan bagaimana cara peneliti mengetahui realitas. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik yaitu sistem keyakinan dasar yang menyatakan kebenaran itu berada pada realitas yang terikat hukum-hukum alam yaitu hukum kasualitas atau sebab-akibat (Guba, 1990: 19).

Asumsi yang mendasari adalah untuk menguji penelitian harus memenuhi validitas internal yaitu derajat ketepatan hasil dalam memetakan fenomena yang dikaji dan validitas eksternal yaitu derajat hasil penelitian yang dapat digeneralisasikan untuk berbagai setting, reliabilitas sejauh mana penelitian dapat diulang serta objektivitas hasil penelitian bebas bias nilai. Secara singkat, Guba (1990: 19) menyebutkan bahwa keyakinan dasar para peneliti positivis adalah secara ontology yaitu bersifat nyata bahwa realitas mempunyai keberadaan sendiri dan diatur oleh hukum alam serta mekanisme yang tetap, secara epistemologi yaitu bersifat objektif bahwa peneliti mengambil jarak dan bersikap tidak melakukan interaksi dengan objek yang diteliti dan secara metodologi yaitu bersifat eksperimental bahwa hipotesis dinyatakan dalam bentuk proposisi sebelum penelitian dilakukan dan diuji secara empiris dan secara metodologi.

Dalam penelitian ini, ditinjau dari aspek ontology merupakan realitas nyata yaitu pemberitaan kasus kerusakan Papua yang dapat ditangani dengan konsentrasi utamanya yaitu objektivitas yaitu dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan. Dari aspek epistemologi bahwa temuan-temuan benar diuji secara sistematis sehingga mengutamakan objektivitas

dan bebas nilai. Dan dari aspek metodologi dimaksudkan untuk verifikasi hipotesis yaitu membuktikan hipotesis dengan metode utama kuantitatif.

### 1.5.2 State Of The Art

Penelitian terdahulu mengenai citra polisi dari pemberitaan di media online tidak banyak ditemukan. Namun, peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, antara lain:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Jessica T. Feezell dengan judul "*Agenda Setting Through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in The Digital Era*" Tahun 2017, Universitas Utah, Political Research Quarterly Volume I. Penelitian ini menyelidiki apakah media arus utama dapat mempengaruhi agenda publik ketika disalurkan melalui media sosial. Dengan memanfaatkan eksperimen orisinal, longitudinal, penelitian ini menguji apakah terpapar informasi politik melalui Facebook menghasilkan efek pengaturan agenda dengan meningkatkan kepentingan peserta yang dirasakan dari masalah kebijakan tertentu.

Temuan menunjukkan bahwa para peserta yang terpapar dengan informasi politik di Facebook menunjukkan peningkatan tingkat arti-penting isu konsisten dengan masalah yang dibagikan dibandingkan dengan peserta yang tidak ditunjukkan informasi politik. Efek ini paling kuat di antara mereka yang memiliki kepentingan politik rendah.

- b. Penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Nasionalita yang berjudul "Relevansi Teori Agenda Setting dalam Dunia Tanpa Batas" dalam Jurnal Ilmiah

Komunikasi “Makna” Volume 5 Tahun 2015. Penelitian dilakukan dengan metode kajian literatur dan diperoleh hasil bahwa fungsi agenda setting bekerja pada media online. Pada media online tertentu, misalnya newspaper, masih terdapat *gatekeeper* yang menentukan porsi atensi. Meskipun ada pendapat bahwa dalam media online akan terjadi kekaburan media *gatekeeper* karena keaktifan pengguna media namun pada media online newspaper masih terdapat kebijakan editorial. Mereka mengganti cara-cara lama yang berhubungan dengan kebijakan editorial yang mempengaruhi agenda publik. Kebijakan lama berhubungan dengan cara kerja *gatekeeper* dalam menentukan prioritas isu dengan penonjolan isu. *Gatekeeper* media massa biasanya akan menentukan bobot penyajian isu berdasarkan besarnya ruang yang disediakan, penonjolan berita dan cara isu tersebut dibahas secara detail atau umum.

Moris dan Ogan melihat bahwa internet merupakan perluasan dari media-media sebelumnya. Artinya, Moris dan Ogan melihat media online ibarat “*Old Wine in New Bottle*”. Dengan kata lain, meskipun platform media berubah berbasis online namun kebijakan editorial beradaptasi dengan bentuk media baru tersebut. Penonjolan dilakukan melalui frekuensi pemberitaan, penyematan headline dalam *microsite dan uploading time*. Secara kontras, media online menentukan pentingnya isu dengan mengorganisasikan berita berdasarkan kategori-kategori tipikal yang mudah diakses secara cepat pada informasi yang lebih dibutuhkan dan disukai oleh publik.

- c. Penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media Terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa” oleh Nur Kholisoh,

Jurnal Aspikom Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, Periode Juli 2018. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dampak terpaan informasi di media terhadap persepsi siswa tentang konten di media tentang vlog, dampak terpaan informasi di media terhadap sikap guru dan dampak sikap guru terhadap persepsi siswa SMA tentang konten media tentang vlog. Dengan paradigma positivis melalui metode survei dan analisis data menggunakan analisis jalur, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terpaan informasi di media mempengaruhi sikap guru, terpaan informasi di media mempengaruhi persepsi siswa SMA dan sikap guru juga mempengaruhi persepsi siswa SMA tentang konten di media sosial vlog.

- d. Penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Negatif Joko Widodo di Media Massa dan Faktor Demografi (Usia, Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan) Terhadap Citra Joko Widodo sebagai Presiden RI” oleh Asty Setiandini. Hasil penelitian menunjukkan terpaan berita negatif Joko Widodo di media massa berpengaruh secara langsung terhadap citra Joko Widodo sebagai Presiden RI. Semakin tinggi terpaan berita negatif Joko Widodo di media massa semakin buruk citra Joko Widodo sebagai Presiden RI. Terpaan berita negatif Joko Widodo di media massa tidak berpengaruh terhadap citra Joko Widodo sebagai Presiden RI melalui usia dan jenis kelamin. Namun terpaan negatif Joko Widodo di media massa berpengaruh terhadap citra Joko Widodo sebagai presiden RI melalui tingkat pendidikan dengan arah regresi negatif.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan tipe eksplanatori dengan Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa sebagai teori utamanya. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah *teknik purposive non random sampling* dan diperoleh sebanyak 100 orang responden di Kota Semarang yaitu dengan kriteria sampel yang terkena terpaan pemberitaan negatif Joko Widodo di media massa dengan usia 17 – 60 tahun baik laki-laki maupun perempuan. Dan teknik analisis yang digunakan adalah uji regresi hierarki berganda melalui program SPSS.

- e. Penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Kriminal Dan Faktor Demografi Terhadap Tingkat Kecemasan Masyarakat Untuk Berinteraksi Dengan Lingkungan” oleh Arinda Putri Oktaviani. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan berita kriminal di televisi dan faktor demografi terhadap tingkat kecemasan masyarakat untuk berinteraksi dengan lingkungan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji faktor demografi yang memediasi terpaan berita kriminal di televisi dan tingkat kecemasan masyarakat untuk berinteraksi dengan lingkungan. Penulis menggunakan Teori Dependensi Mengenai Efek Komunikasi Massa dan Teori Kategori Sosial untuk menjelaskan pengaruh terpaan berita kriminal di televisi dan faktor demografi terhadap tingkat kecemasan masyarakat untuk berinteraksi dengan lingkungan. Populasi penelitian ini adalah khalayak yang berdomisili di Semarang dan menonton berita kriminal di televisi, yang diambil sebanyak 60 orang, dengan teknik *purposive sampling*.



Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi hierarki berganda. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi variabel terpaan berita criminal di televisi terhadap variabel tingkat kecemasan masyarakat untuk berinteraksi dengan lingkungan adalah 0,011 yang berarti bahwa terdapat pengaruh langsung terpaan berita criminal di televisi terhadap tingkat kecemasan masyarakat untuk berinteraksi dengan lingkungan. Nilai signifikansi variabel terpaan berita criminal di televisi melalui usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan adalah 0,000; 0,001; 0,000; 0,008 yang berarti  $< 0,005$ . Artinya, terpaan berita criminal di televisi berpengaruh terhadap tingkat kecemasan masyarakat untuk berinteraksi dengan lingkungan melalui variabel usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan.

- f. Penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Teror di Surakarta dan Faktor Demografi (Usia, Jenis Kelamin, Tingkat Pendidikan) Terhadap Citra Polisi” oleh Ira Astri Rasika, Jurnal Interaksi, Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro Semarang, Tahun 2013. Penelitian ini menggunakan teori Efek Komunikasi Kognitif yang dapat menjelaskan bagaimana pembentukan citra dapat terjadi karena terpaan media massa yang diterima oleh khalayak. Selain itu juga menggunakan teori kategori sosial dan teori perbedaan individual dari Melvin DeFleur dan Ball Rokeach untuk menjelaskan bagaimana faktor demografi penduduk dapat berpengaruh terhadap pembentukan citra. Populasi yang digunakan adalah warga kota

Surakarta berusia 15 – 64 tahun dengan pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling sehingga diperoleh 70 orang responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan pemberitaan terror Solo berpengaruh terhadap citra tidak melalui usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Citra dipengaruhi oleh terpaan, pendidikan, usia dan jenis kelamin sebesar 24,8% sedangkan 75,2% dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian.

Penelitian sebelumnya yang digunakan penulis sebagai referensi dalam melakukan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Ira Astri Rasika dengan menambahkan persepsi tentang media online detik.com sebagai variabel anteseden. Penambahan variabel anteseden dilakukan dengan merujuk penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Nasionalita mengenai teori Agenda Setting dalam penerapannya di media baru saat ini. Selain itu, penggunaan variabel anteseden juga dimaksudkan agar dapat memberikan hasil yang lebih mandalam dari penelusuran hubungan kausal antar variabel.

### **1.5.3 Teori Agenda Setting**

Teori ini berawal dari Walter Lippman dan Bernard Cohen. Lippman memandang media massa sebagai pelukis realitas, khalayak tidak dapat dan tidak mungkin mengalami semua peristiwa walaupun kejadian tersebut membutuhkan respon dari public (Lippman, 1965: 3 – 20). Lippman melihat realitas dicipta oleh media kemudian public akan menanggapi realitas yang dicipta media. Tidak hanya realitas

saja, tapi konstruksi sosial. Sedangkan dalam pandangan Cohen, media massa mempengaruhi persepsi khalayak tentang apa yang dipikirkan orang tetapi pers berhasil meyakinkan dan membentuk persepsi khalayak.

Dalam agenda setting, penonjolan isu tertentu oleh media massa tidak lepas dari proses seleksi media yang melewati sejumlah pintu (*gates*), proses ini bisa dipegang oleh individu atau sekelompok orang yang nantinya akan memutuskan berita layak muat. Mereka yang memainkan peran dalam membentuk realitas yang ada di khalayak, *gatekeeper* media massa biasanya akan menentukan bobot penyajian isu berdasarkan besarnya ruang yang disediakan, penonjolan berita (melalui headline, lokasi penempatan halaman) dan cara isu tersebut dibahas secara detail atau umum (DeGeorge, 1981: 219 – 220).

Sejalan dengan Lippman dan Cohen, McComb dan Shaw juga menyebutkan bahwa khalayak tidak hanya mempelajari berita dan hal lainnya melalui media massa tetapi juga seberapa besar arti penting diberikan pada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan pada topik tersebut (Griffin, 2003: 77). Agenda setting berawal dari asumsi pokok yaitu media tidak merefleksikan realitas sepenuhnya, dia hanya menyeleksi dan membentuknya. Kemudian penonjolan isu oleh media dalam kurun waktu tertentu akan mempengaruhi publik, dimana publik akan menganggap isu tersebut lebih menonjol dari isu lainnya (Weaver dkk, 1981: 3 – 4). Untuk menjelaskan bagaimana agenda setting ini bekerja, Rogers dan Dearing menyatakan bahwa khalayak bereaksi dan bersikap terhadap sebuah berita merupakan hasil dari media *gatekeeping*.

Pada prosesnya, agenda setting terbagi menjadi tiga sub area yaitu agenda media, agenda public dan agenda kebijakan (Rogers dan Dearing, 1988: 566).

1. Agenda Media

Merupakan penentuan isu yang dianggap penting diberitakan dalam media. Biasanya agenda media dituangkan dalam urutan prioritas pemberitaan. Menurut Rogers dan Dearing, agenda media adalah daftar isu dan peristiwa pada suatu waktu yang disusun menurut urutan kepentingan. Media mengadakan proses seleksi terhadap peristiwa sehari-hari berdasarkan politik pemberitaan masing-masing media yang merupakan interpretasi subjektif media massa (Hariyanto, 2003: 89). McCombs dan Shaw menyebutkan cara mengukur agenda media dengan menyatakan bahwa untuk mengetahui agenda media bisa melalui headline/major media (Hariyanto, 2003: 88).

2. Agenda Publik

Merupakan sub area yang mencoba memahami bagaimana opini public dipengaruhi oleh konten media massa. Agenda public ini dihasilkan dari proses diskursus dalam public mengenai isu atau peristiwa di media yang paling penting. Lippman mendefinisikan agenda public sebagai sederet isu pada waktu tertentu yang dianggap penting oleh individu (Hariyanto, 2003: 87). McCombs dan Shaw (McQuail, 1987: 86) menyebutkan bahwa posisi media dalam hal ini adalah membantu khalayak memfokuskan perhatiannya pada isu/kejadian khusus.

3. Agenda Kebijakan

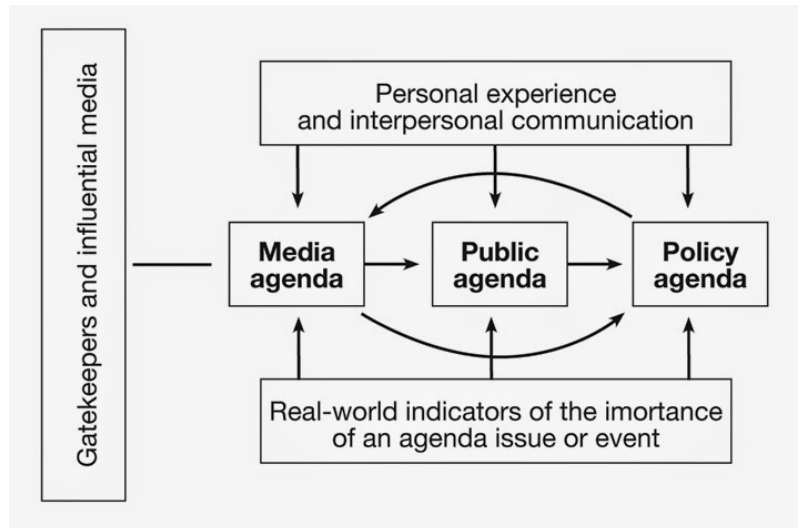
Agenda ini berkaitan dengan relasi antara opini public pada kebijakan elite, keputusan dan aksi. Agenda kebijakan terbentuk ketika pembuat kebijakan menyadari pentingnya isu tersebut.

Selain itu, Rogers dan Dearing dalam Littlejohn dan Karen Foss (2005: 280) juga mengatakan bahwa fungsi agenda setting merupakan proses linier yang terdiri dari tiga bagian:

1. Agenda media itu sendiri harus disusun oleh media.
2. Agenda media dalam beberapa hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda public atau naluri public terhadap pentingnya isu, yang nantinya mempengaruhi agenda kebijakan.
3. Agenda kebijakan adalah apa yang dipikirkan para pembuat kebijakan public dan privat penting atau pembuat kebijakan public yang dianggap penting oleh public.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa agenda media akan mempengaruhi agenda public dan pada gilirannya agenda public tersebut akan mempengaruhi agenda kebijakan. Tiga komponen utama dalam agenda setting tersebut dapat dilihat melalui bagan berikut ini:

Gambar 1.1  
 Proses Agenda Setting Bekerja Menurut McQuail  
 Sumber: Tamburaka, 2012: 68



Keterangan:

1. *Agenda Media*. Agenda harus diformat, proses akan memunculkan masalah bagaimana agenda media ini terjadi pada waktu pertama kali dengan dimensi yang berkaitan, antara lain: *Visibility* (yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita), *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), *Valency* (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. *Agenda Khalayak*. Agenda media dalam banyak hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu mempengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu melakukannya. Dimensi yang berkaitan antara lain: *Personal Salience* (penonjolan pribadi), *Familiarity* (keakraban), *Favorability* (kesenangan).

3. *Agenda Kebijakan*. Agenda publik mempengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu. Dimensi yang berkaitan antara lain: *Support* (dukungan), *Likelihood of action* (kemungkinan kegiatan), yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diharapkan, *Freedom of action* (kebebasan bertindak), yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.

Jadi, proses agenda setting tidak berlangsung satu arah saja (dari media langsung kepada khalayak), namun untuk menuju kepada khalayak tertentu, suatu isu dapat melalui khalayak lain terlebih dahulu sebelum sampai kepada khalayak yang dituju. Isu itu akan berputar-putar terlebih dahulu sebelum sampai kepada khalayak yang tepat. Boleh jadi, anda tidak sempat menonton isu tertentu, tetapi anda mendapatkannya dari keluarga, teman, atau diwarung kopi ketika bercakap-cakap dengan orang lain.

Lamanya proses agenda setting itu berlaku pada konteks dan situasi tertentu. Semakin penting isu tersebut, maka akan semakin lama isu itu berjalan. Namun apabila suatu solusi telah ditawarkan dan berlaku pelaksanaannya, boleh jadi dengan sendirinya Agenda Setting dalam “isu tertentu” akan lenyap dengan sendirinya.

Tiga aspek tersebut juga diungkapkan oleh Severin dan Tankard dalam Kriyantono (2014: 225), yang kemudian menjadi dimensi dari tiga agenda tersebut, antara lain:

1. Agenda media, mempunyai dimensi:
  - a. Visibilitas yaitu jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
  - b. Tingkat menonjol bagi khalayak (*audience salience*) yaitu relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
  - c. Valensi (*valence*) yaitu menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. Agenda publik, dimensinya antara lain:
  - a. Keakraban (*familiarity*) yaitu derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu.
  - b. Penonjolan pribadi (*personal salience*) yaitu relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.
  - c. Kesenangan (*favorability*) yaitu pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita.
3. Agenda kebijakan, dimensinya adalah:
  - a. Dukungan (*support*) yaitu kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.
  - b. Kemungkinan kegiatan (*likelihood of action*) yaitu kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.
  - c. Kebebasan bertindak (*freedom of action*) yaitu nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.

Kajian agenda setting ini merupakan teori yang ada dalam komunikasi massa. Studi agenda setting muncul sebelum medium internet hadir. Para ahli dan periset melihat perbedaan karakter media online dengan media massa sehingga ragu



apakah agenda setting relevan untuk diterapkan. Interaktivitas yang dibawa dalam media online meningkatkan keaktifan para penggunanya sehingga dapat mengaburkan hubungan antara pengguna dengan media gatekeeper. McQuail menyebutkan bahwa media baru berbeda dengan sebelumnya yaitu dengan adanya unsur-unsur *digitalization and convergence of all aspect media, increased interactivity and network connectivity, mobility and delocation of sending and receiving, adaptation of publication and audience role, appearance of diverse new forms of media gateway* (2010: 141).

Moris dan Ogan melihat bahwa internet merupakan perluasan dari media sebelumnya dan menyebut dengan New Mass Medium. Karakteristik internet yang dinamis dalam mentransmisikan informasi menyebabkan para ahli dan periset berasumsi bahwa teori dari komunikasi massa dapat juga diaplikasikan pada komunikasi online (Roberts, Wanta dan Horng, 2002: 452). Dengan demikian, teori agenda setting dapat diterapkan dalam penelitian ini karena untuk mengetahui agenda media dalam media online detik.com dalam memberitakan kerusuhan Papua, yang dapat mempengaruhi agenda publik dalam kasus kerusuhan tersebut.

#### **1.5.4 Teori Persepsi**

Persepsi merupakan proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh individu sebagai aktivitas yang terintegrasi dalam diri individu (Walgito, 2004: 153). Sedangkan Rakhmat (2001: 114) mendefinisikan persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menjadi sadar dan menilai akan adanya sifat atau hubungan melalui indera. Apa yang dihayati akan terpengaruh oleh

pengalaman yang telah terbentuk dan pengetahuan masa lalu, sehingga persepsi bukan sekedar perekaman pasif dari stimulus yang mengenai alat indera. Persepsi merupakan proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindera atau data (Sobur, 2003: 451).

Sugihartono dkk (2007: 8) mengungkapkan persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia baik positif maupun negatif akan mempengaruhi tindakan yang tampak. Tindakan positif akan muncul apabila kita mempersepsi seseorang secara positif dan sebaliknya (Sugihartono, dkk 2007: 9).

Dari beberapa definisi tersebut, maka dalam penelitian ini akan cenderung menggunakan definisi yang disampaikan oleh Rakhmat bahwa persepsi adalah wujud seseorang sadar atas stimulus yang diterimanya melalui panca inderanya kemudian memberikan arti atau nilai stimulus tersebut. Proses interpretasi tersebut terjadi setelah melalui proses pengorganisasian yang juga dipengaruhi oleh berbagai hal. Hal tersebut yang menyebabkan persepsi yang terbentuk atas sesuatu hal antara satu individu dengan yang lainnya berbeda-beda. Jalaludin Rakhmat (2005: 52 – 58) menyebutkan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

- a. Perhatian atau atensi adalah proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah. Perhatian ini terjadi ketika kita memusatkan perhatian kita lalu

mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera lain. Perhatian ini merupakan suatu proses sadar atau tidak sadar.

- b. Faktor fungsional. Berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang disebut sebagai faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan bentuk atau stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan pada stimuli tersebut.
- c. Faktor struktural. Berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang terhadap sesuatu juga dikemukakan oleh Miftah Toha (2003: 154) yaitu:

- a. Faktor internal. Meliputi perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat dan motivasi
- b. Faktor eksternal. Meliputi latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

Dengan demikian, dapat disebut bahwa persepsi dipengaruhi oleh sejumlah faktor dalam diri individu seperti faktor psikologis, asumsi yang didasarkan pada pengalaman masa lalu terhadap suatu objek atau stimulus, harapan-harapan budaya, kebutuhan atau motivasi, suasana hati individu dan sikap.

Sobur (2003: 53) menyebutkan, persepsi mempunyai beberapa aspek, antara lain (1) seleksi yaitu proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat beraneka ragam (2) interpretasi yaitu proses

pengorganisasian informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi ini dipengaruhi oleh faktor seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.

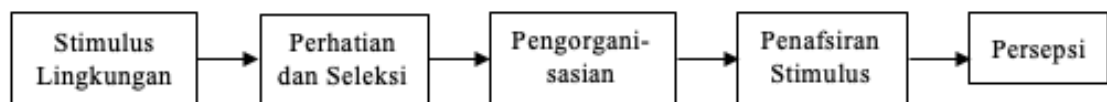
(3) Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai bentuk reaksi.

Berdasarkan aspek-aspek persepsi tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses seleksi, interpretasi dan pembalutan terhadap informasi yang diterima. Menurut Gitosudarmo dan Sudita (2000: 17), proses terbentuknya persepsi dapat dilihat melalui bagan berikut ini:

Gambar 1.2

Proses Terbentuknya Persepsi

Sumber: Gitosudarmo dan Sudita, 2000: 17



Melalui bagan tersebut dapat dilihat bahwa persepsi terbentuk dari adanya stimulus dari lingkungan sekitar. Kemudian mendapat perhatian oleh individu untuk kemudian dilakukan seleksi atas stimulus tersebut dan dilakukan pengorganisasian. Setelah individu melakukan seleksi dan mengorganisasikan maka akan memberikan tafsir atau menafsirkan stimulus tersebut.

### 1.5.5 Terpaan Berita

Menurut Onong Uchjana Efendi, berita adalah laporan tercepat mengenai informasi berupa fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting untuk keduanya, bagi sejumlah besar penduduk (2003: 130). Sedangkan Barus (2010: 26) mendefinisikan berita sebagai segala laporan mengenai peristiwa, kejadian, gagasan, fakta yang menarik perhatian penting untuk disampaikan atau dimuat dalam media massa agar diketahui atau menjadi kesadaran umum. Jadi, suatu peristiwa, gagasan ataupun fakta penting dan menarik tidak bisa disebut sebagai berita jika belum disampaikan kepada khalayak.

Suatu keadaan dimana khalayak secara intens menerima pesan yang disampaikan oleh media massa sehingga dengan menerima terpaan dari media massa dapat membuat khalayak memperoleh informasi, pengetahuan serta wawasan yang luas. Hal tersebut oleh Effendy disebut dengan terpaan media (1990: 10). Terpaan diartikan sebagai penggunaan media baik dari jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan media tersebut (Erdinaya, 2005: 164). Sari dalam Kriyantono (2008: 209), juga menyebutkan terpaan media dapat dioperasionalkan menjadi media yang digunakan, frekuensi penggunaan media, maupun durasi penggunaan.

Rakhmat dalam Psikologi Komunikasi (2005: 12) menyebutkan bahwa terpaan disebut juga sebagai keadaan terkena pada khalayak oleh pesan-pesan yang disebabkan media massa yang dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media (intensitas berita), isi berita media yang dikonsumsi (isi pesan) dan berbagai hubungan antar individu konsumen media

dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan (daya tarik berita) dalam menonton televisi, film, membaca surat kabar, portal berita online atau majalah dan mendengarkan radio. Dalam penelitian ini, untuk mengukur terpaan yang diterima oleh individu mengenai kerusuhan Papua dan penanganan kasusnya, dapat dilihat berdasarkan intensitas berita yang diterima dari media online detik.com. Intensitas berita tersebut berupa jumlah waktu yang digunakan, isi pesan dalam berita serta daya tarik berita itu sendiri.

Seperti diketahui bahwa berita selama ini dilihat sebagai suatu peristiwa yang terjadi akan dinilai penting atau tidaknya tergantung pada bagaimana media memberitakannya dari sudut pandang masing-masing perusahaan media tersebut. Masyarakat dalam posisi sebagai pihak yang pasif menerima informasi yang diberikan oleh media. Kaitannya dengan penelitian ini adalah setiap individu yang mendapat terpaan berita di detik.com mengenai kerusuhan Papua tanggal 17 Agustus lalu, terutama mengenai penanganan yang dilakukan oleh polisi, adalah pihak yang menerima berita tersebut sesuai yang diberitakan oleh detik.com sehingga akan terbentuk kesan tertentu dalam benak pembaca terhadap isi pesan dalam berita tersebut. Oleh sebab itu, terpaan berita penanganan kerusuhan Papua di detik.com diasumsikan akan mempengaruhi terbentuknya citra polisi di mata masyarakat.

#### **1.5.6 Faktor Demografi**

Kotler mendefinisikan demografi sebagai statistic kuantitatif dari populasi tertentu. Demografi digunakan untuk mengidentifikasi studi subset terukur dalam populasi

tertentu yang mencirikan populasi pada waktu tertentu. Faktor demografi umumnya dilihat meliputi jenis kelamin, usia, etnis, pengetahuan tentang bahasa, generasi mobilitas, status sosial, kepemilikan rumah, status pekerjaan bahkan lokasi (Kotler dkk, 2002: 118). Faktor demografi juga didefinisikan sebagai pengelompokan penduduk berdasarkan kategori yang bisa diukur melalui indikator usia, jenis kelamin dan pendidikan seseorang (Umar, 2002: 45 - 46). Dalam penelitian ini, faktor demografi yang digunakan meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan suku/etnis.

Pengaruh faktor demografi dapat dijelaskan menggunakan Teori Kategori Sosial yang dikembangkan oleh De Fleur dan Ball Rokeach. Teori ini berasumsi bahwa dalam masyarakat, terdapat kategori-kategori sosial yang cenderung bereaksi sama pada stimuli tertentu. Golongan sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, tempat tinggal dan keyakinan agama menampilkan kategori respon. Anggota-anggota kategori tertentu akan cenderung memilih isi komunikasi yang sama dan akan memberi respon kepadanya dengan cara yang hampir sama pula (Rakhmat, 2007: 204).

Kesamaan orientasi dan perilaku tersebut mempunyai kaitan dengan gejala yang diakibatkan media massa. Dalam hubungannya dengan efek media massa, Rakhmat menyebutkan bahwa media massa memang memberikan pengaruh tetapi pengaruh tersebut disaring, diseleksi bahkan ditolak sesuai dengan faktor personal yang mempengaruhi reaksi mereka (2007: 203). Dengan persamaan faktor personal yang ada maka orientasi serta sikap akan berpengaruh terhadap respon atau tanggapannya terhadap pesan komunikasi yang diterimanya.

Faktor demografi dalam penelitian ini antara lain meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan suku/etnis. Definisi jenis kelamin merupakan pensifatan atau pembagian dua jenis kelamin manusia yang ditentukan secara biologis yang melekat pada jenis kelamin tertentu (Fakih, 2010: 8). Artinya, secara biologis, alat-alat yang melekat pada tubuh manusia tidak dapat dipertukarkan. Secara permanen tidak berubah dan merupakan alat ketentuan biologis. Menurut Chaniago, umur adalah lamanya waktu hidup yaitu terhitung sejak lahir sampai dengan sekarang. Penentuan umur dilakukan dengan menggunakan hitungan tahun. Sedangkan pendidikan adalah suatu kegiatan atau proses pembelajaran untuk mengembangkan atau meningkatkan kemampuan tertentu sehingga sasaran pendidikan itu dapat berdiri sendiri (Notoadmojo, 2010). Pendidikan juga menentukan tingkat intelegualitas seseorang (Morissan, 2009: 174). Biasanya, semakin tinggi pendidikan seseorang maka tingkat pemahaman juga meningkat serta tepat dalam pengambilan sikap.

Etnis didefinisikan oleh John. W. Santrock sebagai budaya, karakteristik kewarganegaraan, ras, agama dan Bahasa (2003: 289). Etnis juga diartikan sebagai suatu kesatuan sosial yang dapat dibedakan dari kesatuan yang lain berdasarkan akar dan identitas kebudayaan, terutama bahasa (Koentjaraningrat, 2007). Etnis ditentukan oleh adanya kesadaran kelompok, pengakuan akan kesatuan kebudayaan juga persamaan asal-usul yang merupakan salah satu faktor yang dapat menimbulkan suatu ikatan. Dengan kata lain, etnis merupakan suatu kesatuan sosial yang dapat membedakan kesatuan berdasarkan persamaan asal-usul seseorang



sehingga dapat dikategorikan dalam suatu status kelompok yang mana dia dimasukkan.

### **1.5.7 Citra**

Bagi suatu perusahaan atau organisasi, citra tertentu akan terbentuk berdasarkan pengalaman individu terhadap suatu organisasi atau perusahaan tersebut. Citra yang baik atau positif dimaksudkan agar organisasi atau perusahaan dapat hidup dan orang-orang di dalamnya dapat terus mengembangkan kreativitasnya dan dapat memberi manfaat lebih berarti bagi orang lain (Kasali, 1994: 30). Organisasi dengan citra positif akan lebih diterima, lebih dinikmati dan lebih didukung oleh berbagai pihak yang menentukan keberhasilan organisasi dalam meraih berbagai sasaran dan tujuan yang ditetapkan. Keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan tergantung pada salah satunya adalah bagaimana membangun citra yang positif di mata publiknya.

Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi (Harrison, 2005: 61). Menurut G. Sach dalam Soemirat dan Ardianto (2007: 171), citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok berbeda-beda. Sedangkan Effendi menyebutkan citra adalah dunia sekeliling kita yang memandang kita (Soemirat dan Ardianto, 2007: 171).

Masih dalam Soemirat dan Ardianto, Frank Jefkins mendefinisikan citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya (2007: 114). Sementara Rakhmat

menyebutkan citra adalah gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi (Soemirat dan Ardianto, 2007: 114). Dengan kata lain, citra akan mempengaruhi penilaian publik terhadap sebuah organisasi atau perusahaan.

Berdasarkan beberapa definisi citra tersebut, maka dalam penelitian ini, peneliti akan cenderung menggunakan definisi yang diungkapkan oleh Frank Jefkins yaitu citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Artinya, setiap individu yang pernah terlibat dengan perusahaan atau organisasi maka akan mendapatkan pengalaman tentang perusahaan tersebut sehingga akan terbentuk kesan dalam benaknya. Selain itu, melalui informasi-informasi yang diterima tentang suatu perusahaan akan memberikan atau menambah pengetahuan individu sehingga akan mempengaruhi kesan yang terbentuk. Hal tersebut sesuai dengan proses pembentukan citra yang diungkapkan oleh Walter Lippman.

Proses pembentukan citra terhadap suatu objek, baik organisasi, perusahaan ataupun individu tertentu, melibatkan empat komponen penting yang disebut *a picture in our head*, yaitu (Walter Lippman dalam Soemirat dan Ardianto, 2007: 115) :

- a. Persepsi yaitu hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan dengan suatu proses pemaknaan. Individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai rangsangan tersebut.

- b. Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan tersebut sehingga individu harus diberikan informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- c. Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif yaitu keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginannya untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan tertentu.
- d. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir guna menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap mempunyai data pendorong atau motivasi. Sikap ini menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan. Sikap mengandung aspek evaluatif yaitu mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap juga dapat diperteguh atau diubah.

Proses pembentukan citra, yang oleh Lippman disebut sebagai *picture in our head* tersebut, dijelaskan oleh John S, Nimpoemo dikutip oleh Danasaputra (Soemirat, 2002: 115), dapat dilihat dalam model berikut:

Gambar 1.3

## Model Proses Pembentukan Citra

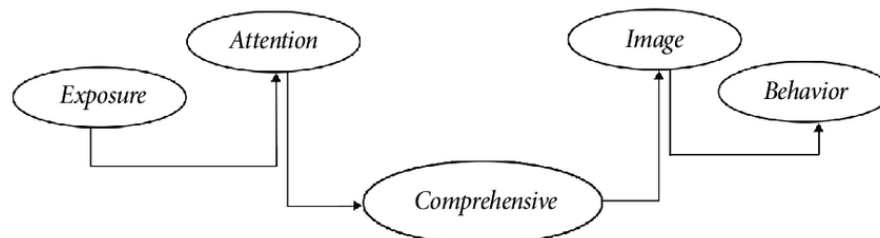
Sumber: Nimpoeno (Soemirat, 2002: 115)



Berdasarkan model tersebut dapat dilihat bahwa pembentukan citra positif berkaitan erat dengan persepsi, sikap, kognisi, motivasi terhadap stimulus tentang individu, organisasi atau perusahaan tersebut berdasarkan pengalaman yang diperoleh dalam berhubungan dengan objek tersebut yang menimbulkan respon tertentu. Namun, sikap yang diberikan dari stimulus tersebut berbeda satu individu dengan individu yang lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan citra perusahaan tidak dapat dibentuk dengan sendirinya, harus ada upaya yang dilakukan oleh perusahaan agar citra menjadi semakin baik. Citra perusahaan yang bersumber dari pengalaman memberikan gambaran telah terjadi keterlibatan antara konsumen dengan perusahaannya, upaya perusahaan sebagai sumber informasi yang lengkap dimaksudkan sebagai informasi yang dapat menjawab kebutuhan dan keinginan objek sasaran (Zaynuri, 2010: 41).

Hawkins menyebutkan proses pembentukan citra seperti gambar berikut ini (Suwandi, 2010: 4):

Gambar 1.4  
 Proses Pembentukan Citra Menurut Hawkins  
 Sumber: Suwandi, 2010: 4



Dalam gambar tersebut dapat dilihat proses terbentuknya citra terjadi melalui beberapa tahap. Pertama, objek mengetahui (baik melihat ataupun mendengar) upaya yang dilakukan oleh perusahaan, instansi atau organisasi dalam membentuk citra perusahaan. Kedua, objek memperhatikan upaya tersebut. Ketiga, objek mencoba memahami semua yang ada dalam upaya perusahaan tersebut. Keempat, terbentuknya citra dan kelima dari citra tersebut maka akan menentukan perilaku objek sasaran dalam hubungannya dengan perusahaan tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat *exposure* atau terpaan yang diterima oleh individu baik itu melihat ataupun membaca sehingga individu mengetahui atau mendapat informasi mengenai suatu perusahaan.

Sejalan dengan Hawkins, Kanaidi (2010: 33) menyebutkan bahwa pembentukan citra perusahaan dapat diukur melalui indikator sekumpulan kesan (*impressions*), kepercayaan (*beliefs*) dan sikap (*attitudes*).

a. Kesan (*Impressions*)

Helmi (2005) dan Isman (2006) dalam Windi (2007: 56) menetapkan indikator seperti kecepatan dan profesionalitas untuk mengukur kesan pada

variabel citra perusahaan. Sutisna (2002: 79) dalam Windi (2007: 56) menyebutkan interpretasi atas stimulus yang diterima oleh konsumen didasarkan atas pengalaman masa lalu konsumen dalam pengalaman itu akan menimbulkan kesan jangka panjang dalam benak konsumen.

b. Kepercayaan (*Beliefs*)

Kotler dan Keller (2006: 117) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen terhadap suatu objek adalah jumlah total kepercayaan dan nilai keseluruhan yang relevan. Kepercayaan lebih mudah diubah melalui usaha komunikasi pemasaran sedangkan manfaat yang diinginkan sifatnya lebih melekat, lebih tahan lama dan berkaitan dengan nilai norma budaya.

c. Sikap (*Attitudes*)

Solomon menyebutkan bahwa *affect* adalah perasaan seseorang terhadap suatu objek, *behavior* atau perilaku adalah kecenderungan seseorang melakukan sesuatu sedangkan *cognition* adalah kepercayaan terhadap suatu objek sikap. Sumarwan dalam Windi (2007: 22) mengungkapkan bahwa salah satu dari indikator terdapat sikap yang artinya kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi ide, objek, situasi dan nilai. Sikap bukan berarti perilaku tetapi kecenderungan untuk berperilaku dan cara-cara tertentu.

Berdasarkan beberapa paparan di atas mengenai proses pembentukan citra perusahaan, maka untuk mengukur terbentuknya citra polisi, dalam penelitian ini adalah dalam penanganan kerusuhan Papua, akan menggunakan konsep dari Kanaidi yaitu kepercayaan, kesan dan sikap.

### **1.5.8 Pengaruh Terpaan Berita Kerusuhan Papua dan Faktor Demografi Terhadap Citra Polisi dalam Penanganan Kerusuhan Papua yang Didahului Oleh Persepsi Tentang Detik.com**

Penelitian ini mengkaji mengenai faktor yang mempengaruhi terbentuknya citra polisi, dalam hal ini adalah dalam penanganan kerusuhan Papua yang beberapa kali terjadi mulai pada tanggal 16 Agustus 2019 lalu di beberapa wilayah salah satunya adalah di Surabaya. Berikut akan diuraikan teori yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu teori media online.

Jurnalisme generasi ketiga atau generasi baru saat ini membawa perubahan pada kehidupan bermasyarakat di segala arah. Saluran informasi berubah seiring dengan hadirnya internet. Penggunaan internet juga meningkat dari tahun ke tahun. Sehingga tidak dipungkiri, kehadiran internet juga kemudian mengubah platform media, termasuk di antaranya adalah di Indonesia. Media online semakin dilirik sebagai referensi informasi bagi masyarakat.

Severin dan Tankard dalam buku yang berjudul *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Media Massa*, mendefinisikan media online sebagai gagasan baru dalam bermedia, namun masih mengikut pada media lama dan bahkan sering memanfaatkan media lama sebagai tolok ukur dalam segi isi yang diterapkan di internet (2005: 458). Menurut Romli (2012: 30), media online juga disebut dengan *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru) yaitu media yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Termasuk kategori media online adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog

dan media sosial), radio online, tv online dan email (elektronik mail atau surat elektronik).

Seiring dengan berkembangnya teknologi sekarang ini, media online tumbuh dengan sangat cepat sehingga menghasilkan beragam unsur jurnalistik. Salah satu bentuknya adalah jurnalisme online yang menuntut seorang jurnalis untuk meliput, menuliskan dan mengabarkan suatu informasi, berita, kejadian, fakta secara *real time, immediacy, multimedia, archieving dan interactivity* (Mike Ward dalam *Journalism Online*, Focal Press, 2002: 24). Perbedaan utama antara jurnalisme online dengan jurnalisme tradisional adalah dalam hal kecepatan, kemudahan akses, bisa diperbarui dan dihapus kapan saja, interaksi dengan pembaca atau pengguna (Romli, 2012: 14).

Menurut Paul Bradshaw (Romli, 2012: 15) dalam "*Basic Principal of Online Journalism*" menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik online yaitu:

- a. *Brevity* yang berarti ringkas, yaitu tulisan yang panjang dapat diringkas dalam beberapa tulisan pendek sehingga lebih mudah dibaca dan dipahami.
- b. *Adaptability* artinya mampu beradaptasi. Seorang jurnalis tidak hanya mampu menulis berita tetapi juga mampu menggunakan video, kamera dan lainnya.
- c. *Scannability* artinya mampu dipindai. Sebagian besar situs berita online mencari sesuatu yang spesifik. Tujuh puluh Sembilan persen dari pengguna melakukan scan halaman web. Mereka mencari informasi utama, subheadings, link dan hal lain yang membantu mereka menavigasi teks pada



layar. Bradshaw menekankan pada dua kata pertama sebagai judul untuk menarik perhatian pembaca.

- d. *Interactivity* artinya interaktif. Memberikan keleluasaan pada pembaca situs untuk memanfaatkan apa yang ditampilkan sesuai kehendak mereka. Dengan kata lain, membiatkan pembaca menjadi pengguna.
- e. *Community and Conversation*. Tergantikannya email (surat elektronik) dengan jaringan sosial dan pesan pendek menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya ingin bersikap pasif dalam menggunakan konten online.

Dengan munculnya teknologi internet yang memiliki kelebihan dalam hal kecepatan aksesnya, membuat informasi yang terjadi di masyarakat seakan menuntut setiap media online untuk memberitakan sebuah informasi secara langsung. Hal tersebut menyebabkan menyebabkan unsur kelengkapan berita seperti 5W (*What, Who, Where, When, Why*) dan 1H (*How*) seringkali tidak terpenuhi. Kusumaningrat (2009: 57) menyebutkan terdapat beberapa unsur layak berita yaitu berita harus akurat, berita harus lengkap, adil dan berimbang, berita harus objektif, berita harus ringkas dan jelas, berita harus hangat. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa jurnalisme online yang baik adalah yang mewartakan suatu berita yang lengkap dalam memenuhi syarat suatu berita.

Salah satu media online yang hadir pertama kali di Indonesia adalah detik.com melalui situsnya [www.detik.com](http://www.detik.com). Detik.com muncul sebagai media online yang otonom. Tanpa dukungan media cetak, tidak seperti media online lain yang muncul setelahnya, detik.com mengenalkan unsur berita baru yaitu *ringkas to*

*the point*. Seringkali, atas nama kecepatan, berita detik.com tidak selalu lengkap dengan unsur 5W+1H selayaknya unsur baku jurnalistik. Budiono, salah satu pendiri detik.com, mengenalkan model *running news* yaitu penyajian berita serial yang meniru cara *breaking news* stasiun berita CNN atau pada kantor-kantor berita asing lainnya seperti AP, AFP dan Reuters.

Dalam mengkonstruksi sebuah realitas ke dalam pemberitaan, media memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai yaitu memiliki penafsiran yang sama dengan media tersebut. Untuk mencapai kepentingan itu, media tidak jarang melakukan “pembiasaan pesan” dalam penyajian beritanya. Artinya, pesan apa yang ingin disampaikan oleh media dibiaskan melalui data-data dan fakta-fakta dalam berita. Bias pesan yang dilakukan oleh media tersebut dapat dijelaskan melalui Teori Agenda Setting yang diungkapkan pertama kali oleh McCombs dan Shaw.

Nurudin (2007: 195) menjelaskan bahwa penyusunan agenda ini mengatakan media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang harus dipikirkan orang tetapi media benar-benar berhasil memberitahu seseorang apa yang harus dipikirkannya. Akibatnya, media selalu mengarahkan pada masyarakat apa yang harus dilakukannya. Media menentukan apa yang penting dan tidak penting. Oleh sebab itu, potensi terjadinya bias atau manipulasi di balik sebuah pemberitaan di media cukup besar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kredibilitas media online menjadi salah satu syarat bagi sebuah media online untuk dapat dipercaya dalam penyajian beritanya. Kredibilitas juga berarti pandangan atau persepsi yang terbentuk dari pemberitaan yang dimuat oleh media online.

Dalam buku *“Perceptions of Internet Information Credibility”*, Flanagin dan Metzger (2000: 516) menjelaskan bahwa media konvensional menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai ke publik. Namun, situs internet tidak selalu melakukan langkah tersebut. Flanagin dan Metzger menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas media yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias dan kelengkapan berita (*completeness*). Sedangkan Shaw menemukan bahwa ketidakberpihakan (*impartiality*), kepercayaan (*trustworthiness*) dan kelengkapan (*completeness*) merupakan faktor yang mempengaruhi kredibilitas media (Yoshiko, 2002: 92). Dalam penelitian ini, dalam kaitannya dengan persepsi maka diukur dengan dimensi sensasi, perhatian dan penafsiran dimana di dalamnya terdapat unsur kelengkapan berita, daya tarik dan tingkat pemahaman.

#### **1.5.9 Hubungan Antar Variabel Penelitian**

Hubungan antara variabel persepsi tentang detik.com, terpaan berita kerusuhan Papua, faktor demografi pembaca dengan citra polisi dalam penanganan kerusuhan Papua dapat dijelaskan melalui Teori Agenda Setting. Dalam teori Agenda Setting, sampai dengan penerbitan hasil studi yang dilakukan oleh McCombs dan Shaw tahun 1972, hampir semua studi agenda setting yang dilakukan memfokuskan pada dua variabel yaitu agenda media (sebagai variabel independen) dan agenda public (sebagai variabel dependen). Analisis hubungan antar variabel yang dilakukan biasanya menekankan pada pola hubungan satu arah atau bersifat linier yaitu agenda media mempengaruhi agenda publik. Ini merupakan bukti bahwa

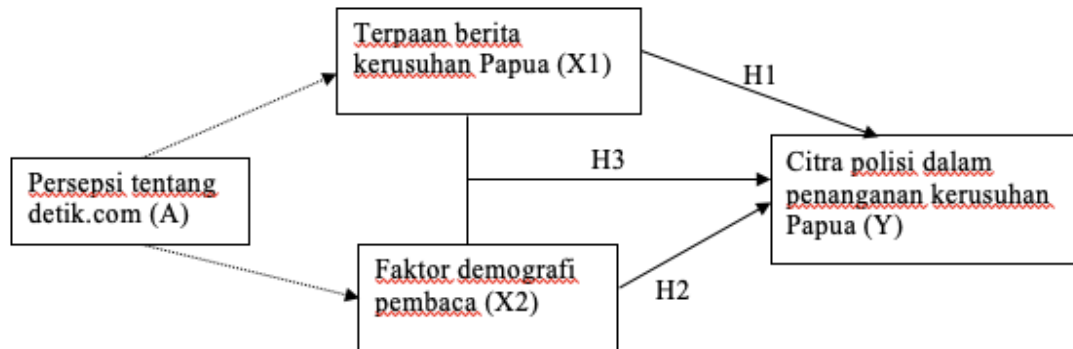
kebanyakan peneliti pada saat itu masih percaya efek media bersifat langsung sehingga studi lebih berorientasi pada upaya pengukuran besarnya efek media.

Dari perspektif agenda media meliputi, *framing*; *priming* yaitu frekuensi dan intensitas pemberitaan/penayangan dan kredibilitas media di kalangan audiens. Sedangkan dari perspektif agenda public adalah faktor perbedaan individual; faktor perbedaan media; faktor perbedaan isu; faktor perbedaan *salience* dan faktor perbedaan kultural (McCombs dalam Jurnal Interaksi berjudul “Konglomerasi Media dan Dampaknya Pada Pilpres 2014” oleh Pembayun, 2014: 113). Pemberitaan yang dibingkai (*framing*) berdasarkan agenda media akan menimbulkan pengaruh dan interpretasi tertentu sehingga akan menentukan terbentuknya opini public dimana akan dapat mengendalikan sikap masyarakat atas isu-isu tertentu.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dilihat bahwa persepsi tentang media sebagai sumber informasi bagi khalayak merupakan salah satu variabel di dalam agenda media. Dalam penelitian ini, persepsi pembaca tentang media online detik.com dapat disebut sebagai variabel yang mempengaruhi agenda publik yaitu citra polisi dalam penanganan kerusuhan Papua. Artinya, melalui persepsi tentang detik.com, individu yang mendapat terpaan berita tentang kerusuhan Papua yang mempunyai latar belakang demografi yang beragam diduga akan mempengaruhi terbentuknya citra polisi.

Jika dikaitkan dengan variabel dalam penelitian ini, maka teori Agenda Setting dapat divisualisasikan melalui geometri hubungan antar variabel penelitian berikut ini:

Gambar 1.5  
Geometri Hubungan Antar Variabel Penelitian



Melihat skema di atas, maka variabel dalam penelitian ini antara lain variabel bebas, variabel anteseden dan variabel terikat. Variabel-variabel tersebut yaitu terpaan berita kerusuhan Papua di detik.com sebagai variabel bebas pertama (X1) dan faktor demografi pembaca sebagai variabel bebas kedua (X2) dengan variabel anteseden yaitu persepsi tentang media online detik.com (A) serta citra polisi dalam penanganan kerusuhan Papua pada tanggal 17 Agustus 2019 sebagai variabel terikatnya (Y).

### 1.6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konsep hubungan antara pengaruh terpaan berita kerusuhan Papua dan faktor demografi pembaca terhadap citra polisi dalam penanganan kerusuhan Papua yang didahului oleh persepsi tentang detik.com maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh positif antara terpaan berita kerusuhan Papua di media online detik.com terhadap citra polisi dalam penanganan kerusuhan Papua

pada tanggal 17 Agustus 2019 yang didahului oleh persepsi tentang media online detik.com

H2 : Terdapat pengaruh positif antara faktor demografis pembaca detik.com terhadap citra polisi dalam penanganan kerusuhan Papua tanggal pada tanggal 17 Agustus 2019 yang didahului oleh persepsi tentang media online detik.com

H3 : Terdapat pengaruh positif antara faktor demografis dan terpaan berita kerusuhan Papua di media online detik.com terhadap citra polisi dalam penanganan kerusuhan Papua tanggal 17 Agustus 2019 yang didahului oleh persepsi tentang detik.com.

## **1.7. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional**

### **1.7.1. Definisi Konseptual**

- a. Persepsi adalah proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindera atau data (Sobur, 2003: 451). Persepsi tentang media detik.com dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan dimensi sensasi, perhatian dan interpretasi.
- b. Terpaan berita adalah keadaan di mana khalayak secara intens menerima pesan yang disampaikan oleh media massa sehingga dapat membuat khalayak memperoleh informasi, pengetahuan serta wawasan yang luas (Effendy, 1990: 10). Terpaan berita media online detik.com diartikan sebagai penggunaan media baik frekuensi maupun durasi penggunaan medianya

(Erdinaya, 2005: 164). Dalam penelitian ini, terpaan berita diukur dengan menggunakan dimensi kuantitatif dan kualitatif.

- c. Faktor demografi adalah pengelompokkan penduduk berdasarkan kategori yang bisa diukur melalui indikator usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan seseorang (Umar, 2002: 45 - 46). Dimensi faktor demografi dalam penelitian ini adalah kategori sosial dan pendidikan. Setiap kategori yang berbeda pada masing-masing variabel akan menampilkan respon yang berbeda pada suatu informasi.
- d. Citra adalah total persepsi terhadap objek, dalam hal ini adalah instansi kepolisian, yang dibentuk dengan memproses informasi terkini dari beberapa sumber setiap waktu (Effendy dalam Nova, 2011: 298). Dalam penelitian ini, citra positif polisi diukur melalui dimensi kesan, kepercayaan dan sikap.

### 1.7.2. Definisi Operasional

Tabel 1.1

Tabel Matriks Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Data
Persepsi tentang media online detik.com (A)	Sensasi	1. Tulisan berita detik.com menarik untuk dibaca	Interval
		2. Laman berita detik.com menarik dan mudah untuk diakses	
		3. Ilustrasi dalam berita di detik.com membuat pembaca tertarik untuk membaca	
	Perhatian	1. Detik.com cepat dalam memberitakan suatu peristiwa	Interval

		2. Detik.com akurat dalam pemberitaannya		
		3. Detik.com lengkap dalam pemberitaannya		
	Penafsiran	1. Pesan yang disampaikan dalam berita detik.com mudah dipahami	Interval	
		2. Pesan yang disampaikan dalam berita detik.com mudah ditafsirkan		
Faktor Demografi (X2)	Kategori Sosial	1. Jenis kelamin responden	Rasio	
		2. Usia responden		
		3. Pekerjaan responden		
		4. Etnis/suku responden		
	Pendidikan	1. Jenjang pendidikan terakhir	Rasio	
		2. Masa studi terakhir		
Terpaan berita kerusuhan Papua di Media Online Detik.com (X1)	Kuantitatif	1. Berapa kali sehari mengakses media detik.com	Interval	
		2. Berapa kali dalam sehari membaca kasus kerusuhan Papua di media detik.com		
		1. Berapa lama waktu yang digunakan untuk membaca media detik.com	Interval	
		2. Berapa lama waktu yang digunakan untuk membaca kasus kerusuhan Papua di media detik.com		
	Kualitatif	1. Isi pesan dalam berita kerusuhan Papua di detik.com dapat dipahami	Interval	
		2. Isi pesan dalam berita kerusuhan Papua di detik.com mudah untuk ditafsirkan		
	Citra Polisi dalam Penanganan Kerusuhan Papua Tanggal 17 Agustus 2019 (Y)	Kesan	1. Polisi tanggap dalam menangani kerusuhan Papua	Interval
			2. Keberadaan polisi berarti dalam penanganan kerusuhan Papua	
Kepercayaan		1. Polisi dipercaya dalam menangani kerusuhan Papua	Interval	
		2. Polisi dipercaya dalam menjaga keamanan dalam kerusuhan Papua		



	Sikap	1. Penanganan kerusuhan Papua yang dilakukan oleh polisi menyadarkan akan perlunya menjaga keamanan bersama	Interval
		2. Penanganan kerusuhan Papua yang dilakukan oleh polisi mendorong untuk menjaga sikap kepada sesama	
		3. Penanganan kerusuhan Papua yang dilakukan oleh polisi mendorong untuk berempati pada sesama	
		4. Penanganan kerusuhan Papua yang dilakukan oleh polisi mendorong untuk lebih peduli pada toleransi antar warga negara	

## 1.8. Metodologi Penelitian

### 1.8.1. Tipe Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan tipe eksplanatif yaitu menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel melalui pengujian hipotesis dengan metode korelasional (Singarimbun, 1989: 5).

### 1.8.2. Populasi dan Sampel

#### a. Unit Analisis

Dalam penelitian ini, unit analisisnya adalah pembaca dan pengguna media online detik.com yang membaca dan menyimak berita terkait kasus kerusuhan Papua minimal 3 kali. Objek kajian yang digunakan dalam penelitian adalah berita seputar kasus kerusuhan Papua di media online detik.com mulai tanggal 17 Agustus 2019 hingga 16 September 2019. Dari

hasil observasi awal, ditemukan sebanyak 654 jumlah berita namun peneliti membatasi hanya 10 artikel berita.

b. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah warga Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya dengan jumlah penduduk total sebanyak 234.473 jiwa, yang terbagi menjadi beberapa wilayah sebagai berikut:

Tabel 1.2  
Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya

Kelurahan	Luas Wilayah (Km2)	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/km2)
Pacar Keling	0,70	23.763	33.947,14
Pacar Kembang	2,09	41.248	19.735,88
Ploso	1,49	35.918	24.106,04
Tambaksari	0,63	20.696	32.850,79
Rangkah	0,70	18.408	26.297,14
Gading	0,79	30.833	39.029,11
Kapas Madya Baru	1,58	41.596	26.326,58
Dukuh Setro	1,12	22.011	19.652,67
Jumlah	9,10	234.473	25.766,26
Tahun 2017	9,10	233.636	25.674,29
Tahun 2016	9,10	233.160	24.609,34
Tahun 2015	9,10	223.946	24.609,34

Sumber: surabayakota.bps.go.id

c. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 2016: 120). Sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan masalah, tujuan, hipotesis, metode dan instrumen penelitian (Darmawan, 2014: 138). Dalam pengambilan sampel, apabila tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristiknya maka dapat menyebabkan suatu penelitian menjadi biasa atau bahkan tidak dapat dipercaya dan dalam pengambilan kesimpulannya dapat menimbulkan kesalahan.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin (Ardial, 2014: 353) yaitu:

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times e^2))}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah seluruh populasi

e = toleransi eror (batas kesalahan pengambilan sampel yaitu ditetapkan sebesar 10%)

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh sampel sebanyak 99,96 dan akan dibulatkan menjadi 100 orang responden.

d. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik sampling *probability sampling* yaitu metode pemilihan sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Ardial, 2014: 343). Metode yang digunakan adalah dengan *cluster sampling* (sampling daerah).

Pengambilan sampel dengan metode sampel daerah ini, unsur-unsur dalam subpopulasi bersifat heterogen. Masing-masing cluster dipilih sampel secara random sebanyak yang dibutuhkan.

### **1.8.3. Jenis dan Sumber Data**

#### **a. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif yang diperoleh melalui proses coding pada kuesioner yang diisi oleh responden yaitu mengubah data yang berbentuk huruf menjadi angka atau bilangan agar mempermudah analisis data

#### **b. Sumber Data**

Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil atau jawaban responden dari hasil pengisian kuesioner. Data sekunder yaitu dari sumber kedua yang bersifat melengkapi data primer atau sebagai data tambahan yang berasal dari dokumentasi, laporan penelitian sebelumnya, artikel, jurnal maupun studi kepustakaan lainnya. Peneliti juga menggunakan pendekatan analisis isi untuk mendapatkan data kuantitatif seputar isu kasus kerusuhan Papua tanggal 17 Agustus 2019.

### **1.8.4. Skala Pengukuran**

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval. Skala interval adalah skala yang jarak antara satu data dengan data lainnya sama tetapi tidak mempunyai nilai nol absolut. Skala interval merupakan skala pengukuran

yang menyatakan kategori, peringkat dan jarak konstruk yang ditelaah (Ardial, 2014: 451). Dalam penelitian ini, pengukuran data menggunakan skala Likert yaitu skala yang memiliki unit pengukuran yang sama sehingga jarak antara satu titik dengan yang lain dapat diketahui. Kategori jawaban dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Jawaban sangat setuju (SS) dengan skala 4;
- b. Jawaban setuju (S) dengan skala 3;
- c. Jawaban tidak setuju (TS) dengan skala 2;
- d. Jawaban sangat tidak setuju (STS) skala 1

#### **1.8.5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden. Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang berupa susunan atau daftar pertanyaan penelitian yang diajukan kepada responden dengan teknik wawancara. Selain itu juga menggunakan dokumen dari hasil penelitian, situs terkait, jurnal penelitian dan data penunjang lainnya.

#### **1.8.6. Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner tertutup yaitu telah diberi pilihan jawaban oleh peneliti sehingga responden dalam menjawab hanya memilih jawaban yang sesuai dengan realitas yang dialaminya (Kriyantono, 2014: 97).

### **1.8.7. Teknik Pengolahan Data**

a. Editing

Merupakan kegiatan memeriksa daftar pertanyaan yang telah diserahkan oleh para pengumpul data. Tujuannya adalah untuk mengurangi kesalahan atau kekurangan yang ada di dalam daftar pertanyaan yang sudah diselesaikan sampai sejauh mungkin (Narbuko, 2005: 153).

b. Koding

Yaitu melakukan klasifikasi jawaban dari responden ke dalam kategori-kategori. Klasifikasi dilakukan dengan cara memberi tanda atau kode berbentuk angka pada masing-masing jawaban (Narbuko, 2005: 154).

c. Tabulasi

Yaitu proses penyusunan data ke dalam bentuk tabel. Data yang telah diberi kode dimasukkan ke dalam tabel sesuai dengan karakteristik data, yang nantinya membantu pada proses pengujian hipotesis yaitu usaha untuk mengelompokkan jawaban serupa dengan teratur dan teliti, kemudian menghitung dan menjumlah banyaknya data yang masuk dalam kategori tertentu lalu diwujudkan dalam bentuk tabel (Narbuko, 2005: 154).

### **1.8.8. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2016:331). Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda tersebut, akan dilakukan uji asumsi klasik untuk

mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan dalam model regresi (Priyatno, 2009: 151).

### **1.8.9. Goodness Criteria**

Uji kualitas data atau *goodness criteria* yang dibutuhkan untuk memastikan data yang disampaikan dalam penelitian terpercaya dan dipastikan kebenarannya. Uji kualitas data yang digunakan ini adalah dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan alat SPSS versi 25.

#### **a. Uji validitas**

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Cara yang dipakai untuk menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrument secara keseluruhan. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dilihat dari nilai *Corrected Item-Total Correlation*. Butir pertanyaan disebut valid jika nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* lebih dari nilai  $r_{tabel}$ .

#### **b. Uji reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi dari suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk

kuesioner (Nugroho, 2005: 67-72). Suatu kuesioner disebut reliabel jika secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama walaupun digunakan berulang kali. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Alpha's Cronbach* dimana kuesioner disebut *reliable* jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Indikator penilaian tingkat reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut (Sekaran, 2000: 312):

Jika alpha ( $\alpha$ ) atau  $r_{hitung}$ :

1.  $0,8 - 1,0$  = Reliabilitas baik
2.  $0,6 - 0,799$  = Reliabilitas diterima
3.  $< 0,6$  = Reliabilitas kurang baik