

Hubungan Antara Tayangan 86 Di Net TV dengan Citra Polisi di Kalangan Masyarakat

¹Nidia Syifa, ²M. Husen Fahmi

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*
e-mail: ¹nidiasyifa93@gmail.com, ²husein.fahmi@yahoo.com

Abstract: Mass communication broadcast information, ideas and attitudes to the communicant diverse in large numbers by using the media. A mass media communicators should convey a personal message to the thousands of heterogeneous dengan educational background, economic level, and different idea sat the same time. Because them ass media reported on the large number of people in the world then of course the media will affect the image formation on the social environment unequal, based and in accurate. This is in line with an 86 is areality show program produced in collaboration between the Net and the National Police of the Republic Indonesia on daily life. But the program 86, sometimes esled to some views from the public on the image of the police either positively or negatively. Hence, the authors interested in studying more about "What is the relationship Impressions 86 in Net TV with police image in the eyes of Society". The purpose of this research was to determine whether there is a relationship between intensity, message content, and attractiveness program 86 on Net TV with the image of the police. The theory used in this research is media exposure to the concept of agenda setting theory. The method used in this research is quantitative method with a correlation study, and data collection is taken from a questionnaire study with a sample of 74 society in the area kel. lebak Siliwangi. Based on the results of research and discussion that has been done, it can be concluded that there is a significant correlation between the intensity, the contents of the message and the attractiveness of Program 86 in Net TV with the image of the police in society. This means the display 86 on the Net T as the mass media have succeeded in changing the public image of the police. Because of the assumption of agenda setting is what is considered important by the media is also important in the eyes of the public, and what media will escape escape also for society

Keywords: Program 86, Citra, Media Exposure, Agenda Setting

Abstrak: Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Seorang komunikator media massa harus menyampaikan pesan kepada ribuan pribadi yang bersifat heterogen dengan latar belakang pendidikan, tingkat ekonomi, dan pemikiran yang berbeda-beda pada waktu yang sama. Karena media massa melaporkan pada sejumlah besar orang di dunia maka sudah tentu media massa akan mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan social yang timpang, bias dan tidak cermat. Ini sejalan dengan sebuah tayangan (Delapan Enam) adalah program reality show yang diproduksi secara kerjasama antara Net dan Kepolisian Negara Republik Indonesia mengenai keseharian beberapa anggota polisi. Namun dengan adanya tayangan itu terkadang memunculkan beberapa pandangan dari masyarakat terhadap citra kepolisian baik secara positif maupun negatif. Oleh karena itulah penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai "Apakah Hubungan Tayangan 86 di Net TV dengan Citra Polisi di Mata Masyarakat?". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara intensitas, isi pesan, dan daya tarik tayangan 86 di Net TV citra polisi di mata masyarakat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah terpaan media dengan konsep teori agenda setting. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan studi korelasional, dan pengumpulan data di ambil dari angket penelitian dengan sample 75 orang masyarakat di daerah kel. lebak Siliwangi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di lakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas, isi pesan dan daya tarik tayangan 86 di Net TV dengan citra polisi di masyarakat. Ini berarti tayangan 86 di Net T sebagai media massa ini berhasil merubah citra masyarakat tentang polisi. Karena asumsi agenda setting adalah apa yang dianggap penting oleh media penting juga di mata masyarakat, dan apa yang luput dari media akan luput juga bagi masyarakat.

Kata kunci: Tayangan 86, Citra, Terpaan Media, Agenda Setting

A. Pendahuluan

Komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna mempengaruhi atau mengubah perilaku penerima pesan. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Seorang komunikator media massa harus menyampaikan pesan kepada ribuan pribadi yang bersifat heterogen dengan latar belakang pendidikan, tingkat ekonomi, dan pemikiran yang berbeda-beda pada waktu yang sama. Seperti pengertian menurut Bittner komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Rakhmat, 2009 : 188). Karena media massa melaporkan pada sejumlah besar orang di dunia maka sudah tentu media massa akan mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan social yang timpang, bias dan tidak cermat.

Televisi sebagai salah satu media massa dapat mengantarkan informasi dari suatu program acara kepada khalayak luas. Media massa memberikan peranan penting terhadap perubahan pengetahuan, sikap, perasaan, serta tingkah laku khalayak. Ini sejalan dengan sebuah tayangan (Delapan Enam) adalah program reality show yang diproduksi secara kerjasama antara Net dan Kepolisian Negara Republik Indonesia mengenai keseharian beberapa anggota polisi. Dalam program ini, pemirsa akan diajak bersama melihat keseharian beberapa anggota polisi yang memacu adrenalin, mulai dari menertibkan pelanggar lalu lintas, penggerebekan, hingga pengungkapan sindikat narkoba. Namun selain soal tugas mereka, akan dibahas juga sisi humanis dari seorang polisi yang tentunya merupakan seorang manusia biasa juga, terutama pengaturan prioritas tugas yang menuntut kesiagaan setiap saat dengan keluarga yang menunggu di rumah.

Keterkaitan antara media massa dengan sikap penonton dalam memandang citra polisi sangat erat kaitannya. Seperti yang kita ketahui bahwa pesan yang terdapat dalam media massa televisi merupakan suatu stimulus yang nantinya mendapatkan respons dari penontonnya. Diman efek-efek tersebut sangat beragam macamnya. Pada kesempatan ini, peneliti mencoba mencari tahu, adakah hubungan antara tayangan 86 di Net TV dengan citra polisi di kalangan masyarakat. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas tayangan 86 di Net TV dengan citra polisi dimata masyarakat.
2. Untuk mengetahui hubungan antara isi pesan tayangan 86 di Net TV dengan citra polisi dimata masyarakat.
3. Untuk mengetahui hubungan antara daya tarik tayangan 86 di Net TV dengan citra polisi dimata masyarakat.

B. Landasan Teori

Dalam penelitian peneliti menggunakan teori Agenda setting model menghidupkan kembali model jarum hipodermik, tetapi fokus penelitian telah bergerak dari efek pada sikap dan pendapat kepada efek kesadaran dan efek pengetahuan. Asumsi dasar teori ini, menurut Cohen (1963) adalah : *The press is significantly more than a surveyor of information and opinion. It may not be successful much of the time in telling readers what to think about. To tell what to think about artinya membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Oleh karena itu, agenda setting*

menekankan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan tersebut. Dengan kata lain, apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting pula oleh masyarakat. Apa yang dilupakan oleh media, akan luput juga dari perhatian masyarakat.

Selain model agenda setting peneliti juga menggunakan Teori terpaan media Massa. Dimana konsep terpaan media menurut Ardianto dan Erdinaya (2005: 164) menyatakan bahwa terpaan media adalah berusaha mencari data khalayak tentang oenggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan atau logetivity. Maka pada penelitian ini terpaan media dapat diukur dalam parameter-parameter baku yaitu intensitas yang meliputi frekuensi dan durasi, isi media atau isi pesan, dan daya tarik. Sementara itu operasional variabel pada penelitian ini meliputi intensitas, isi pesan, dan daya tarik tayangan.

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan.

Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi menonton tayangan televisi berarti membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk menonton sebuah tayangan televisi.

Isi pesan adalah suatu makna yang akan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Karenanya, isi pesan mempunyai pengaruh terhadap efektifitas komunikasi. Biasanya pengaruh tersebut ditimbulkan oleh validitas, aktualitas, dan kemasam isi pesan.

Daya tarik dalam sebuah tayangan adalah sesuatu yang dapat menarik perhatian penonton dalam menonton untuk menyaksikan acara tersebut.

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Sekarang ini banyak sekali perusahaan atau organisasi memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan tidak hanya dengan melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan public negatif. Dengan kata lain, citra perusahaan adalah Fragile Commodity (Komoditas yang rapuh/ mudah pecah). Namun, kebanyakan perusahaan juga meyakini bahwa citra perusahaan yang positif adalah esensial, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang (soemirat dan Ardianto, 2012:111).

C. Hasil Penelitian

Data Responden

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket kepada 74 masyarakat RW 05 RT 03 kelurahan lebak siliwangi kecamatan Cobleng yang sudah ditentukan sebelumnya. Angket yang disebarkan sebanyak 74 buah. Keseluruhan angket yang disebarkan kepada responden, terkumpul kembali sesuai dengan jumlah sampel. Setelah melakukan pemeriksaan terhadap angket, maka diperoleh keterangan bahwa mayoritas responden merupakan laki-laki dengan usia antara 25-36 tahun, dan pekerjaan mereka mayoritas pegawai swasta dan mahasiswa. Dan Dapat disimpulkan bahwa, mayoritas responden RW/RT 05/03 suka atau pernah menonton tayangan 86 atau sebanyak 74 responden yang dijadikan sampelnya. Hal ini dikarenakan mungkin kebanyakan dari responden begitu antusias untuk menonton

tayangan tersebut. Karena seperti yang diketahui bahwa tayangan 86 ini tayangan pada pukul 21.00, dan mungkin satu responden ini tidak pernah menonton tv karena faktor lain seperti, sinyal TV nya yang jelek. Karena tayangan tersebut memberikan informasi tentang perkembangan tugas dan wewenang polisi dalam kesehariannya.

Analisis Data Penelitian

Analisis korelasi ini merupakan suatu teknik yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara 2 variabel yaitu variabel (X) dan variabel (Y). dan juga untuk mengetahui bentuk hubungan antara 2 variabel tersebut dengan hasil yang sifatnya kuantitatif. Kekuatan hubungan antara 2 variabel yang dimaksud disini adalah apakah hubungannya tersebut erat, lemah atau pun tidak erat. Sedangkan bentuk hubungannya adalah apakah bentuk korelasinya positif ataupun negatif.

Jika nilai koefisien korelasi positif maka hubungan yang terjadi berbanding lurus, artinya semakin tinggi variabel X maka semakin tinggi pula variabel Y, begitupun sebaliknya semakin rendah variabel X maka semakin rendah pula variabel Y. Jika nilai koefisien korelasi negatif maka hubungan yang terjadi berbanding terbalik, artinya semakin tinggi variabel X maka semakin rendah variabel Y, sebaliknya semakin rendah variabel X maka semakin tinggi variabel Y. berikut tabel koefisien tingkat hubungan antar variabel :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

(sumber : sundayana, 2010:9)

Berikut hasil ini adalah hasil pengolahan Ms. Excel 2010 untuk pengolahan korelasi mengenai hubungan antara tayangan 86 di Net TV dengan Citra polisi di mata masyarakat

1. Korelasi Antara Intensitas Tayangan 86 di Net Tv dengan Citra Polisi di Mata Masyarakat.

Tabel 4.23 Korelasi Antara Intensitas Tayangan 86 di Net Tv dengan Citra Polisi di Mata Masyarakat

Hubungan	Koefisien korelasi Rank Spearman	Kekuatan Hubungan	KD	T hitung	t tabel	Kesimpulan
X-Y	0,44	Sedang	19,18	8,55	1,99	Terdapat hubungan yang signifikan

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,438. Berdasarkan pedoman Guildford, korelasi 0,438 termasuk pada kategori hubungan yang sedang. Dari tabel di atas juga di peroleh nilai t_{hitung} (8,55) > nilai t

tabel (1,99) maka H_0 ditolak, dan H_1 di terima. Artinya terdapat hubungan yang sedang antara Intensitas tayangan 86 di Net TV dengan citra polisi di mata masyarakat.

Dari data di atas, dapat diketahui besarnya nilai koefisien determinasi sebanyak 19,18%. Hal ini menunjukkan bahwa 19,18% besarnya citra polisi di mata masyarakat (Y) terhadap responden disebabkan oleh Intensitas tayangan 86 di Net TV (X). sedangkan sisanya sebanyak 80,82% perubahan tayangan 86 di Net TV (X) disebabkan oleh faktor lain. Hal ini menggambarkan bahwa tayangan 86 di Net TV dapat mempengaruhi citra polisi di mata masyarakat.

2. Korelasi Antara Isi Pesan Tayangan 86 di Net Tv dengan Citra Polisi di Mata Masyarakat.

Tabel 4.24 Korelasi Antara Isi Pesan Tayangan 86 di Net Tv dengan Citra Polisi di Mata Masyarakat

Hubungan	Koefisien korelasi Rank Spearman	Kekuatan Hubungan	KD	T hitung	T Tabel	Kesimpulan
X-Y	0,64	Kuat	40,45	8,64	1,99	Terdapat hubungan yang signifikan

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,636. Berdasarkan pedoman Guildford, korelasi 0,636 termasuk pada kategori hubungan yang kuat. Dari tabel di atas juga di peroleh nilai t_{hitung} (8,64) > nilai t_{tabel} (1,99) maka H_0 ditolak, dan H_1 di terima. Artinya terdapat hubungan yang kuat antara isi pesan tayangan 86 di Net TV dengan citra polisi di mata masyarakat.

Dari data di atas, dapat diketahui besarnya nilai koefisien determinasi sebanyak 40,45%. Hal ini menunjukkan bahwa 40,45% besarnya citra polisi di mata masyarakat (Y) terhadap responden disebabkan oleh isi pesan tayangan 86 di Net TV (X). sedangkan sisanya sebanyak 59,55 perubahan tayangan 86 di Net TV (X) disebabkan oleh faktor lain. Hal ini menggambarkan bahwa isi pesan tayangan 86 di Net TV dapat mempengaruhi citra polisi di mata masyarakat.

3. Korelasi Antara Daya Tarik Tayangan 86 di Net Tv dengan Citra Polisi di Mata Masyarakat

Tabel 4.25 Korelasi Antara Daya Tarik Tayangan 86 di Net Tv dengan Citra Polisi di Mata Masyarakat

Hubungan	Koefisien korelasi Rank Spearman	Kekuatan Hubungan	KD	T hitung	t tabel	Kesimpulan

X-Y	0,76	Kuat	59,59	10,27	1,99	Terdapat hubungan yang signifikan
-----	------	------	-------	-------	------	-----------------------------------

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,77. Berdasarkan pedoman Guildford, korelasi 0,76 termasuk pada kategori hubungan yang kuat. Dari tabel di atas juga di peroleh nilai t_{hitung} (10,27) > nilai t_{tabel} (1,99) maka H_0 ditolak, dan H_1 di terima. Artinya terdapat hubungan yang kuat antara daya tarik tayangan 86 di Net TV dengan citra polisi di mata masyarakat.

Dari data di atas, dapat diketahui besarnya nilai koefisien determinasi sebanyak 57,76%. Hal ini menunjukkan bahwa 42,24% besarnya citra polisi di mata masyarakat (Y) terhadap responden disebabkan oleh daya tarik tayangan 86 di Net TV (X). sedangkan sisanya sebanyak 42,24% perubahan tayangan 86 di Net TV (X) disebabkan oleh faktor lain. Hal ini menggambarkan bahwa daya tarik tayangan 86 di Net TV dapat mempengaruhi citra polisi di mata masyarakat.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap hubungan antara tayangan 86 di Net TV (X) dengan citra polisi di mata masyarakat (Y) penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang sedang antara intensitas tayangan 86 di Net TV (X) dengan citra polisi di mata masyarakat (Y). hal ini dikarenakan berdasarkan pedoman Guildford nilai koefisien korelasinya (0,44) termasuk ke dalam kategori sedang dengan keputusan H_0 di tolak karena t_{hitung} (8,55) > t_{tabel} (1,99). Pengaruh variabel X sebanyak 19,18% dan sisanya 80,82% oleh variabel lain terhadap variabel Y.
2. Terdapat hubungan yang kuat antara isi pesan tayangan 86 (X) dengan citra polisi di mata masyarakat (Y). hal ini dikarenakan adanya pengaruh yang sangat besar dengan keputusan H_0 di tolak karena t_{hitung} (8,64) > t_{tabel} (1,99). Besar pengaruh variabel X 40,45% dan sisanya 59,55% dipengaruhi oleh variabel lain terhadap variabel Y.
3. Terdapat hubungan yang kuat antara daya tarik tayangan 86 (X) dengan citra polisi di mata masyarakat (Y). hal ini dikarenakan adanya pengaruh yang sangat besar dengan keputusan H_0 di tolak karena t_{hitung} (10,27) > t_{tabel} (1,99). Besar pengaruh variabel X 59,59% dan sisanya 40,45% dipengaruhi oleh variabel lain terhadap variabel Y.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public relations Kuantitatif dan Kualitatif*. 2011. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya. Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
2011. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Eriyanto. 2006. *Politik Media Mengemas Berita*. Yogyakarta: Media LKIS

- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Liliweri, Alo. 2001. *Memahami Pesan Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Morrison. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Rakhmat, Jalaluddin.2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sundayana, Rostina. 2010. *Komputasi Data Statistik*.Garut :STKIP Garut Press
- Sugiyono, Dr. Prof. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Siahaan, S.M. 2001. *Komunikasi: Pemahaman dan Penerannya*. Jakarta :BPK Gunung Mulia.
- Weiss, Gragg. 2005. *Media Sebagai Media Iklan*. Jakarta :Gamedia
- Wahyudi, J. 2009. *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.

Sumber lainnya:

- <http://finance.detik.com/read/2011/01/06/125315/1540486/10/survei-lsi-kpk-lebih-baik-dibanding-polisi-kejaksaan--pengadilan>
- <http://nasional.tempo.co/read/news/2014/12/22/063630136/rapor-kinerja-polisi-merah-ini-sebabnya>
- <http://journals.unpad.ac.id>