

PENGARUH ISI PESAN TAYANGAN NET 86 TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT KEPADA POLISI

Muhammad Tanziil Suherman
Universitas Muhammadiyah Sukabumi

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Pengaruh Isi Pesan Tayangan Net 86 Terhadap Persepsi Masyarakat Kepada Polisi*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis *path* (jalur). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh isi pesan tayangan Net 86 terhadap persepsi masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel isi pesan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi masyarakat kepada polisi. Variabel isi pesan tayangan net 86 berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi masyarakat kepada polisi sebesar 35,8%. Variabel isi pesan menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap persepsi masyarakat kepada polisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel isi pesan berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat di sosial media twitter kepada polisi yang *memfollow* akun twitter net 86. Bahwa dengan isi pesan yang penting, terkenal, dan faktual pada akhirnya berpengaruh terhadap persepsi masyarakat di sosial media twitter

Kata-kata Kunci: Net 86, Persepsi, Isi Pesan, Tayangan,

THE EFFECT OF NET 86 PROGRAM'S MESSAGES TOWARD PUBLIC PERCEPTION TO THE POLICEMAN

ABSTRACT

The study entitlesthe effect of Net 86 Program's messages toward public perception to the policeman. This study uses quantitative method with path analysis. The purpose of the study was to see the effect of Net 86 Program's messages toward public perception to the policeman. The result showed that this variable significantly influences the public perception to the policeman. The variable of 86 program's message influences significantly the public perception about 35,8%. The variable of message's content becomes the most influence variable on the public perception to the policeman. the result of the study showed that the variable of message's content significantly influences the public perception to the policeman in social media twitter, who follow the Net 86's twitter account,. It finally influences the public perception in social media twitter if the message conveyed is important, popular, and factual.

Keywords: Net 86, Perception, Massage, Program

PENDAHULUAN

Data yang ditunjukkan merujuk pada Hasil Survey *Transparency International Indonesia* (TII) pada tahun 2012 menunjukkan banyaknya penilaian buruk dari anak muda terhadap lembaga kepolisian. Menurut koordinator survei integritas anak muda Lia Toriana “sejalan dengan pengalaman yang mereka miliki, anak muda memiliki opini yang cenderung buruk terhadap institusi administrasi nasional dan polisi”.

Survei yang dilakukan sepanjang Juni hingga Desember 2012 ini mengambil sampel sebanyak 1.012 responden anak muda usia 16 hingga 30 tahun di Jakarta. 66% responden menganggap institusi kepolisian sebagai institusi yang buruk dan dipenuhi korupsi. Sebaliknya hanya 34 persen responden yang menyatakan kepolisian sebagai institusi yang baik dan bebas korupsi. Lebih lanjut banyak anak muda menyatakan kepolisian menjalankan tugas dengan buruk dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Tahun 2013 survei *Tansparency International Indonesia* (TII) menyebutkan tiga dari empat orang Indonesia menyuap polisi. Atau dalam bahasa statistik disebut, 75 persen dari 1000 responden di lima kota yaitu Jakarta, Surabaya, Medan, Makassar, dan Bandung, mengaku menyuap polisi dalam setahun terakhir. Mayoritas responden atau sebanyak 91 persen juga menilai polisi bercitra buruk. Harian Kompas pada tanggal 8 November 2013 memberikan survei berkaitan dengan pelayanan polisi. Banyak keluhan yang dilayangkan masyarakat terhadap institusi polisi. Keluhan yang paling besar sebanyak 52% datang dari seringnya polisi menunda-nunda pekerjaan pelayanan publik. 13% penyalahgunaan wewenang, 13% , 7% tidak kompeten dan tidak memberikan pelayanan, 5% berpihak, 2% permintaan

uang, barang, dan jasa, dan 1% tidak patut.

Hasil survei terbaru 28 Januari- 1 Februari tahun 2015 yang dilakukan oleh Litbang Berita Satu mengenai persepsi masyarakat terhadap Polisi berkaitan dengan isu KPK VS Polri mengatakan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia atau sekitar 83% lebih mempercayai KPK dari lembaga Kepolisian dalam memberantas korupsi hanya 2,1% masyarakat yang percaya. Ketua Litbang Berita Satu Didik J Rachibini lebih jelas memaparkan jika dihadapkan kepada dua lembaga antara KPK dan kepolisian maka 57,8 % masyarakat lebih mempercayai KPK dan hanya 11% yang mempercayai Kepolisian. Survei diatas diperkuat oleh Kapolri Jenderal Badrodin Haiti yang menyatakan menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap polisi

Hasil survey diatas, peneliti melihat adanya ketimpangan yang ditampilkan oleh media dan kenyataan yang ada dilapangan. Media menampilkan secara baik dan bagus bagaimana polisi bekerja dan berinteraksi dengan masyarakat. Sedangkan dilapangan hasil survey menunjukkan sebaliknya. Dari 4 hasil survey yang ditampilkan menghasilkan hasil survey yang negatif bagi polisi. Maka dengan adanya acara NET 86 tersebut merupakan sebuah wadah bagi instansi Polisi melalui alat media untuk mengubah persepsi kebanyakan masyarakat terhadap instansi polisi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut “Seberapa besar pengaruh isi pesan tayangan NET 86 terhadap persepsi masyarakat kepada Polisi ”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh isi pesan Tayangan Net 86 terhadap persepsi masyarakat kepada polisi. Pada penelitian ini teori yang digunakan adalah teori agenda setting.

Asumsi dari teori *agenda setting* menyatakan media massa dengan memperhatikan beberapa isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan mempengaruhi opini publik. Orang cenderung mengetahui tentang prioritas yang ditetapkan media massa terhadap berbagai isu tersebut (Ardianto, 2007:76). Asumsi ini menyangkut pemahaman (*learning*), bukan perubahan sikap atau perubahan opini. Asumsi *agenda setting* menawarkan suatu cara menghubungkan penemuan-penemuan tersebut dengan kemungkinan-kemungkinan efek terhadap opini, karena pada dasarnya yang ditawarkan adalah suatu fungsi belajar dari media massa (Ardianto, 2007:76).

Asumsi dasar teori *agenda setting* adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting (Bungin, 2008:281). Jadi apa yang dianggap penting bagi media, maka penting juga bagi masyarakat. Oleh karena itu, apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memberi pengaruh terhadap pendapat umum. Asumsi ini berasal dari asumsi lain bahwa media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukannya dengan perubahan sikap atau pendapat.

Teori *agenda setting* menganggap bahwa masyarakat akan belajar mengenai isu-isu apa, dan bagaimana isu-isu tersebut disusun berdasarkan tingkat kepentingannya (Effendy dalam Bungin, 2008:282). Media massa menetapkan "agenda" tersebut dan kemampuan untuk mempengaruhi perubahan kognitif individu ini merupakan aspek terpenting dari kekuatan komunikasi massa (Efendy dalam Bungin, 2008:282).

Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh

aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Bahwa televisi menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Menurut Prof. Dr. R. Mar'at pada umumnya televisi mempengaruhi sikap, pandangan persepsi, dan perasaan penonton. Jadi jika ada hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah bukanlah sesuatu yang istimewa, sebab salah satu pengaruh psikologi dari televisi adalah seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga penonton tersebut dihanyutkan dalam suasana pertunjukan televisi (Effendy, 2000:191-192).

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*) (Rakhmat, 2012:50). Persepsi yaitu sekumpulan tindakan mental yang mengatur impuls-impuls sensorik menjadi suatu pola bermakna. Persepsi merupakan dasar belajar, berpikir, dan bertindak, dan penemuan mengapa proses-proses ini sering kali ditempatkan dalam penggunaan praktis (Wade, 2011:193-194). Schiffmann dan Kanuk menyebutkan bahwa persepsi adalah cara orang memandang dunia ini (Prasetijo & John, 2010:67).

Persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. David Krech dan Richard S Crutchfield (1977:235 dalam Rakhmat 2012:50) menyebutkan faktor fungsional dan faktor struktural. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimulus itu. (Rakhmat, 2012:54).

Perhatian terdiri atas faktor eksternal dan internal. Dalam faktor eksternal apa yang kita perhatikan

ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai determinan perhatian yang bersifat eksternal karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain : gerakan, intensitas, stimuli, kebaruan, dan perulangan. (Rakhmat, 2012:52-53).

Selain faktor eksternal perhatian pun dipengaruhi oleh faktor internal. Berikut beberapa yang mempengaruhi perhatian internal kita terdiri atas faktor-faktor biologis yaitu keadaan dimana seseorang berada. Seperti dalam keadaan lapar seluruh pikiran akan didominasi oleh makanan. Selain itu terdapat faktor-faktor sosiopsikologis. Selain kedua di atas motif sosiogenesis, sikap, kebiasaan, dan kemauan mempengaruhi apa yang kita perhatikan (Rakhmat, 2012:53-54).

Persepsi selain di dipengaruhi oleh perhatian juga dipengaruhi oleh faktor situasional dan faktor personal. Persepsi dipengaruhi oleh faktor situasional yang terdiri atas deskripsi verbal, petunjuk proksemik, petunjuk kinesik, petunjuk wajah, petunjuk paralinguistik, dan pesan artifaktual (Rakhmat, 2012:82-83).

Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor personal. Perhatian kita akan dipusatkan pada faktor-faktor personal yang secara langsung memengaruhi kecermatan persepsi bukan proses persepsi itu sendiri. faktor-faktor personal terdiri dari pengalaman.

METODE PENELITIAN

Subjek dari penelitian ini adalah isi pesan tayangan NET 86. Objek dari penelitian ini adalah persepsi masyarakat di sosial media twitter berdasarkan *followers* twitter tayangan NET 86 di NET TV.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, dengan

demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis (Kriyantono, 2009:55).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Metode survei adalah metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya (kriyantono, 2009:59). Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuisioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik (Kriyantono, 2009:59).

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *path analysis* (analisis jalur). Teknik analisis ini dikembangkan oleh Sewall Wright dengan tujuan untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variable, sebagai variable penyebab (variable eksogen), terhadap seperangkat variable lainnya yang merupakan variable terikat (variable endogen) (Sitepu, 1994:22). Selain itu tujuan analisis jalur adalah apakah model yang diusulkan cocok tidak dengan data, yaitu dengan cara membandingkan matriks korelasi teoritis dengan matriks korelasi empiris.

Peneliti menilai bahwa *followers* twitter NET 86 akan mampu menjawab pertanyaan yang ada pada kuisioner yang peneliti ajukan . Oleh karena itu peneliti memilih *followers* twitter NET 86 menjadi populasi penelitian .

Penelitian ini menggunakan teknik *sampling sistematis*. Teknik ini adalah suatu metode dengan menggunakan interval sampel dalam melakukan pemilihan sampel dimana hanya unsur pertama dari sampel yang dipilih secara acak sedangkan unsur-unsur selanjutnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu. Sampel sistematis dipakai karena populasi yang

ada pada penelitian ini berjumlah besar sehingga dengan menggunakan metode sampel sistematis akan memudahkan peneliti dan mengefisienkan dalam menentukan sample yang harus dipilih. Cara menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus dari Taro Yamane dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

n = Jumlah Sampel
 N = Jumlah Populasi
 d^2 = Persisi yang ditetapkan

Diketahui jumlah populasi *followers official* akun twitter NET 86 sebanyak 69.100 *followers* dan tingkat persisi yang ditetapkan dalam penelitian ini sebesar 10%. Maka berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel (n) pada penelitian ini sebanyak

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} = \frac{69.100}{(69.100) \cdot 0,1^2 + 1} \\ &= \frac{69.100}{(69.100) \cdot (0,01) + 1} \\ &= \frac{69.100}{692} = 99,85 \end{aligned}$$

Maka dengan hitungan rumus di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $99,85 \approx 100$ responden.

Setelah mengetahui berapa unsur/sample yang harus peneliti ambil selanjutnya dihitung interval atau *sampling rasio* dengan rumus :

$$\frac{N}{n}$$

N = Unsur Populasi
 n = ukuran sampel

Diketahui jumlah populasi penelitian sebanyak 69.100 dengan jumlah sample yaitu 100 Maka berdasarkan rumus tersebut diperoleh *interval atau sample ratio* pada penelitian ini sebanyak

$$\frac{69.100}{100} = 691$$

Maka *interval atau sample ratio* yang didapat yaitu $I = 691$ sehingga

pengambilan sampel berdasarkan jarak urut per 691. Unsur pertama yang secara acak peneliti ambil yaitu 2 dimana harus lebih kecil dari interval yaitu 691. Maka diperoleh sampel selanjutnya adalah :

$$R_2 = R_1 + I, R_3 = R_2 + I = R_1 + 2I, \dots$$

$$R_{n-1} + I = R_1 + (n-1)I$$

Maka sample yang harus dipilih selanjutnya setelah 2 adalah 693, 1384, 2075, 2766, 3457..... $R_n = 2 + 99(691) = 68411$, no sampel terakhir yaitu 68411

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini didapat dari dua cara yaitu menurut data primer yaitu diperoleh melalui serangkaian observasi dan penyebaran kuisisioner kepada responden. Dan data sekunder yaitu diperoleh dengan menggunakan studi litelatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang erhubungan dengan penelitian selain itu peneliti menggunakan data yang diperoleh dari internet.

Teknik pengumpulan data diperoleh melalui angket, studi kepustakaan, dan wawancara. Teknik pengolahan data dilakukan melalui tiga tahap yaitu penyuntingan, pemberian kode, dan pemasukan kode. Teknik analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini, diakumulasikan dan disusun secara sistematis, kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif, teknik analisis data inferensial, dan teknik analisis path.

Teknik analisis data inferensial Teknik analisis inferensial seperti kebiasaannya dipakai dalam penelitian ekplanasi atau ekplanatori (Bungin, 2013:191). Statistik inferensial dipakai untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi. Statistik uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Menurut Umar (2002:132) data ini mengurutkan dari tingkat yang paling rendah ketingkat paling rendah ketingkat yang paling tinggi atau

sebaliknya dengan interval yang tidak harus sama. Setiap instrument yang menggunakan skala ini memiliki urutan.

Model Jalur adalah suatu diagram yang menghubungkan antara variable bebas, perantara, dan terikat. Pola hubungan ditunjukkan dengan menggunakan anak panah. Anak panah tunggal menunjukkan pengaruh sebab akibat antara variable eksogen atau perantara dengan suatu variabel terikat atau lebih. Anak panah juga menghubungkan kesalahan (variabel residu) dengan semua variabel endogen masing-masing. Anak panah ganda menunjukkan korelasi antara variable eksogen.

Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)

$H_1 = \rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} = \rho_{yx_3} = \rho_{yx_k} \neq 0$
(terdapat pengaruh antara intensitas, daya tarik, dan isi pesan terhadap persepsi masyarakat)

$H_0 = \rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} = \rho_{yx_3} = 0$
(tidak Terdapat pengaruh antara intensitas, daya tarik, dan isi pesan terhadap persepsi masyarakat)

$$F = \frac{(n - k - 1)R_{YX_1X_2\dots X_k}^2}{K(1 - R_{YX_1X_2\dots X_k}^2)}$$

Keterangan

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah variabel eksogen

$R_{yx_k}^2$ = R square

- Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_1 diterima, artinya signifikan.
- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_1 ditolak, artinya tidak signifikan.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dengan Tingkat signifikansi (α) = 0,05

Carilah nilai F_{tabel} menggunakan Tabel F dengan rumus :

$$F_{tabel} = F_{(1-\alpha)(dk = k), (dk = n-k-1)} \text{ atau } F_{(1-\alpha)(v1 = k), (v2 = n - k - 1)}$$

Cara mencari F_{tabel} : nilai (dk = k) atau v1 disebut nilai pembilang nilai (dk = n - k - 1) atau v2 disebut nilai penyebut kaidah pengujian signifikansi program SPSS

- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau ($0,05 \leq Sig$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak signifikan
- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau ($0,05 \geq Sig$), maka H_0 di tolak dan H_1 diterima, artinya signifikan

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi hipotesis statistik sebagai berikut:

$$H_1 = \rho_{yx_i} > 0$$

$$H_0 = \rho_{yx_i} = 0$$

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi analisis jalur, bandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas *Sig* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut

- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan probabilitas *sig* atau ($0,05 \leq Sig$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak signifikan
- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan probabilitas *sig* atau ($0,05 \geq Sig$), maka H_0 di tolak dan H_1 diterima, artinya signifikan

Dalam pengujian validitas konstruksi dilakukan analisis faktor yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen atau mengkorelasikan skor total yang dihasilkan masing-masing responden (Y) dengan skor masing-masing item (X) dengan rumus *Pearson Product Moment*.

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

x = Skor tiap item instrumen

y = Skor total tiap responden
 n = Jumlah sampel

Suatu item pertanyaan menurut Azwar (2013: 118) dikatakan valid atau dapat mengukur variabel penelitian yang dimaksud jika nilai koefisien validitasnya lebih dari satu atau sama dengan 0,30.

- Dasar pengambilan keputusan :
- Jika r positif,serta $r \geq 0,30$ maka item pertanyaan tersebut valid.
- Jika r negatif, serta $r < 0,30$ maka item pertanyaan tersebut tidak valid

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala ukur ordinal, digunakan persamaan *koefisien- α* (Cronbach, 1951).

$$A = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_j^2}{S_x^2} \right]$$

$$S_x^2 = \frac{\sum (x_i - x)^2}{(n-1)}$$

Dimana
:

- (Azwar, 2011:78)
 α : Koefisien reliabilitas Alpha
 k : Jumlah instrumen pertanyaan
 $\sum S_j^2$: Jumlah varians dari tiap instrumen
 S_x^2 : Varian dari keseluruhan instrumen

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal-ordinal, karena skala ordinal merupakan skala yang paling tepat untuk mengukur atau menghitung sikap dan sering dipakai dalam penelitian sosial.

Sekumpulan pertanyaan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel dan berhasil mengukur variabel-variabel yang diukur jika koefisien

reliabilitasnya lebih dari atau sama dengan 0,7. Lebih lanjut Kaplan mengatakan “*It has been suggested that reliability estimates in the range of 0.7 to 0.8 are good enough for most purposes in basic research*” (Kaplan & Saccuzo, 1993:126). Dengan demikian maka dapat diambil keputusan:

- Jika α positif, serta $\alpha \geq 0,70$ maka variabel tersebut reliabel.
- Jika α negatif, serta $\alpha < 0,70$ maka variabel tersebut tidak reliabel.

Penelitian ini dilaksanakan secara random karena tidak bisa ditentukan wilayahnya dan kuisioner dikirim kepada followers melalui email.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini data karakteristik responden sebanyak 100 orang dari hasil penelitian yang telah diolah

Tabel 1.1 Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi (f) | Persentase (%) |
|--------------|---------------|---------------|----------------|
| 1 | Laki-laki | 44 | 44,0 |
| 2 | Perempuan | 56 | 56,0 |
| Total | | 100 | 100 |

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa komposisi responden selaku *followers* akun NET 86 yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan jenis kelamin laki-laki. Hal ini dapat dilihat dari frekuensi dan presentas pada tabel diatas, responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 56 dengan presentase sebesar 56,0% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 44 orang (44,0%). Hal ini dikarenakan saat pemilihan untuk sample yang dilakukan nama yang banyak keluar yaitu bejenis kelamin perempuan.

**Tabel 1.2
Usia**

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa komposisi responden selaku *followers* akun NET 86 sebagian besar berusia 21-30 tahun dengan jumlah 62 orang dengan presentas 62,0% diikuti

| No | Usia | Frekuensi (f) | Persentase (%) |
|--------------|---------------------|---------------|----------------|
| 1 | 15-20 tahun | 31 | 31,0 |
| 2 | 21-30 tahun | 62 | 62,0 |
| 3 | 31-40 tahun | 4 | 4,0 |
| 4 | Lebih dari 40 tahun | 3 | 3,0 |
| Total | | 100 | 100 |

oleh responden berusia 15-20 tahun sebanyak 31 orang dengan presentase 31% sisanya responden berusia 31-40 tahun sebanyak 4 orang dengan presentase 4,0% dan usia lebih dari 40 tahun sebanyak 3 orang dengan presentase 3,0%. Data dari tabel tersebut mengindikasikan bahwa kebanyakan responden berusia remaja dan dewasa. Hal tersebut terjadi karena pada saat peneliti mengirimkan sampel pada responden peneliti tidak memilih milih usia responden. Peneliti hanya memberikan sesuai nama yang telah keluar saat dipilih.

Tabel 1.3
Pendidikan Terakhir

| No | Pendidikan terakhir (berijazah/tamat) | Frekuensi (f) | Persentase (%) |
|--------------|---------------------------------------|---------------|----------------|
| 1 | SMU/ Sederajat | 51 | 51,0 |
| 2 | Diploma | 7 | 7,0 |
| 3 | Perguruan Tinggi | 33 | 33,0 |
| 4 | S2 | 2 | 2,0 |
| 5 | Lain-lain | 7 | 7,0 |
| Total | | 100 | 100 |

Berdasarkan tabel 1.3 di atas dapat dilihat bahwa komposisi responden selaku *followers* akun NET 86 sebagian besar berpendidikan SMU/Sederajat dengan jumlah 51 orang dengan tingkat prsentase 51 %, kemudian sebanyak 33

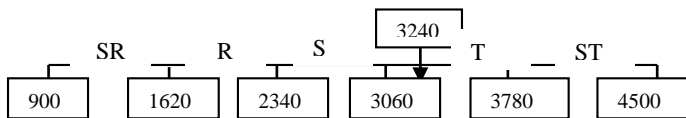
orang dengan jumlah prsentase 33% berpendidikan perguruan tinggi atau S1, sisanya sebagian kecil berpendidikan diploma atau D3 dan lainnya sebanyak 7 orang dengan presentase 7 % dan S2 sebanyak 2 orang dengan tingkat presentase 2% dari tabel diatas mengindikasikan banyaknya responden berpendidikan SMU. Hal tersebut terjadi karena negara kita merupakan negara yang mengkonsumsi televisi terbanyak. Menurut hasil survey Nielsen 94 persen orang-orang indonesia suka menonton televisi. Menurut survey penduduk lulusan SMU di Indonesia ketiga terbesar setelah SD dan tidak sekolah yaitu sebesar 16.92 % dibandingkan dengan lulusan kuliah yaitu 4.99% maka kemungkinan besar lulusan SMU untuk menonton sangatlah besar.

Deskripsi subvariabel ini akan dijelaskan melalui skor-skor yang didapatkan melalui hasil pengolahan terhadap item-item pertanyaan pada subvariabel isi pesan tayangan NET 86 yang kemudian dianalisis. Peneliti menghitung skor total setiap variabel dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1.4 menggambarkan tanggapan responden mengenai isi pesan tayangan NET 86 (X_2). Berdasarkan hasil pengolahan data yang disajikan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa skor total untuk isi pesan tayangan NET 86 (X_3) sebesar 3240. Jumlah skor tersebut dimasukan kedalam garis kontinum agar penelitian responden terhadap isi pesan tayangan NET 86 (X_3) dapat dikategorikan. Adapun pengukurannya ditentukan dengan cara sebagai berikut :

1. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 9 \times 100 = 900$
2. Nilai Indeks Maksimum = $5 \times 9 \times 100 = 4500$
3. Interval = $4500 - 900 = 3600$
4. Jarak interval = $3600 : 5 = 720$

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap isi pesan tayangan NET 86 (X_3) dibuatlah garis interval sebagai berikut:



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan nomor 12 sampai dengan 20 adalah 4500. Untuk isi pesan tayangan NET 86 (X_3) diketahui bahwa penilaian responden dalam kategori tinggi dengan skor aktual 3240 atau 72,0% dari skor ideal yaitu 4500. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap isi pesan tayangan NET 86 tinggi.

Isi pesan tayangan ditentukan oleh seberapa penting pesan tersebut, seberapa terkenal pesan tersebut, dan seberapa faktual pesan tersebut. Isi pesan sebuah tayangan dapat berdampak positif maupun negatif bagi khalayak. Sebagaimana diungkapkan bahwa isi pesan membawa konsekuensi kepada khalayak yang diterpa pesan tersebut baik besar maupun kecil. Oleh karena itu isi pesan pada sebuah tayangan pada dasarnya akan membentuk cara berpikir khalayak.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel isi pesan berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat di sosial media twitter kepada polisi yang *memfollow* akun twitter net 86. Besarnya pengaruh isi pesan tayangan

Net 86 terhadap persepsi masyarakat menjadi yang tertinggi diantara semua variabel.

Besarnya pengaruh tayangan Net 86 karena adanya visualisasi yang baik kepada pemirsa sehingga pesan yang ditayangkan di pahami dengan baik

| Pernyataan | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | Skor |
|---|----|----|----|----|----|-------------|
| Dengan adanya pesan-pesan yang ditayangkan Net 86 saya bersedia untuk tidak melanggar hukum | 10 | 60 | 20 | 10 | 0 | 370 |
| Dengan adanya pesan-pesan yang ditayangkan Net 86 saya bersedia untuk mengikuti peraturan berkendara | 7 | 70 | 11 | 12 | 0 | 372 |
| Dengan adanya pesan-pesan yang ditayangkan Net 86 saya melihat polisi pun hanya manusia biasa | 19 | 57 | 16 | 8 | 0 | 387 |
| Dengan adanya pesan-pesan yang ditayangkan Net 86 saya melihat polisi dapat mengayomi masyarakat | 4 | 50 | 33 | 8 | 5 | 340 |
| Pesan dari tayangan Net 86 memberikan informasi untuk tidak melanggar hukum | 16 | 68 | 10 | 6 | 0 | 394 |
| Pesan dari tayangan Net 86 memberikan informasi tentang peraturan berkendara | 13 | 69 | 8 | 9 | 1 | 384 |
| Pesan dari tayangan Net 86 memberikan informasi tentang kehidupan polisi | 5 | 44 | 37 | 9 | 5 | 335 |
| Pesan dari tayangan Net 86 memberikan informasi tentang mengayomi masyarakat yang dilakukan oleh polisi | 4 | 64 | 25 | 3 | 4 | 361 |
| Pada tayangan Net 86 pesan yang disampaikan polisi sesuai dengan apa yang dilakukan polisi sehari-hari | 3 | 30 | 38 | 19 | 10 | 297 |
| Total | | | | | | 3240 |

oleh pemirsa. adanya pesan yang ditampilkan berupa rasa takut untuk melanggar menjadi peran yang mempengaruhi bagaimana pemirsa mempersepsikan polisi. Serta banyaknya

variasi menjadikan pemirsa tidak jenuh untuk menonton sehingga pesan dapat dipersiapkan baik oleh pemirsa

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlina. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, Saiffudin.(2011). *Sikap Manusia:Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Bungin, Burhan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendi, Onong uchjana. 2000. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Kaplan, Robert M. & Dennis P. Saccuzzo.1993. *Psychological Testing Principles, Application, and Issues*. California: Brooks/Cole Publishing Company, Pacific
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Prasetijo, Ristiyanti., John J.O.I Ihalauw. 2010. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Rakhmat, Jalalludin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Sitepu, Nirwana SK.(1994). *Analisis Jalur Path (Path Analysis)*. Unit Pelayanan Statistika Jurusan Statistika, Bandung: FMIPA UNPAD
- Umar, Husein. (2002). *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Wade, Carole. Carol tavis. (2011). *Psikologi*. Jakarta : Erlangga