

**PENGARUH TERPAAN MEDIA TELEVISI DALAM
PEMBENTUKAN CITRA KEPOLISIAN
(Survei pada Penonton Program Acara Televisi 86 Net TV di Dusun
Pungkursari Sidorejo Salatiga)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

Disusun oleh:

Luknia Sari Putri

12730089

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2 0 1 6

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Luknia Sari Putri
NIM : 12730089
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relation*
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan bahwa sesungguhnya dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya / penulisan sendiri dan bukan plagiasi dari karya / penulisan orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 24 November 2016

Yang Menyatakan,



Luknia Sari Putri

NIM. 12730089

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Luknia Sari Putri
NIM : 12730089
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Media Televisi dalam Pembentukan Citra Kepolisian (Survei pada Penonton Acara Televisi 86 Net TV di Dusun Pungkursari Sidorejo Salatiga)

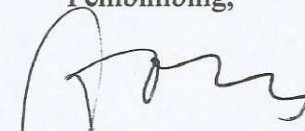
Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu ilmu komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 24 November 2016
Pembimbing,



Drs. Bono Setyo, M.Si
NIP. 19690317 200801 1 013



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-04/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2017

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH TERPAAN MEDIA TELEVISI DALAM PEMBENTUKAN CITRA KEPOLISIAN (Survei pada Penonton Program Acara Televisi 86 Net TV di Dusun Pungkursari Sidorejo Salatiga)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LUKNIA SARI PUTRI
Nomor Induk Mahasiswa : 12730089
Telah diujikan pada : Rabu, 07 Desember 2016
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Bono Setyo, M.Si.
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji I

Drs Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Penguji II

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A
NIP. 19850914 201101 2 014

Yogyakarta, 07 Desember 2016

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

“In life, you will meet two types of people. One will build you up, and the other will tear you down.

In the end, you will thank them both.”

- Steve Mehr -

“Life is like a roller coaster. It has its ups and downs. But it's your choice to scream or enjoy the ride”

- Anonymous -

“Life is like riding a bicycle.

To keep your balance, you must keep moving”

- Albert Einstein -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Almamater Tercinta

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Alhamdulillah. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Terpaan Media Televisi dalam Pembentukan Citra Kepolisian (Survei pada Penonton Acara Televisi 86 Net TV di Dusun Pungkursari Sidorejo Salatiga)”**. Tak lupa shalawat serta salam tercurah kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat serta kita nanti-nanti syafaatnya di Yaumul Akhir.

Peneliti menyadari bahwa pembuatan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Bono Setyo, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing peneliti selama mengerjakan skripsi.

4. Ibu Rika Lusri Virga, S.IP., M.A. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah mengarahkan peneliti mulai dari awal hingga tahap akhir perkuliahan.
5. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, terimakasih atas ilmu yang diberikan selama ini.
6. Kedua orangtua Ibu Nurhayati dan Bapak Fauzan, yang telah memberikan motivasi baik moral maupun financial, doa serta kasih sayang yang tidak terhingga untuk keberhasilan dunia akhirat, juga keluarga dirumah yang selalu mendoakan peneliti untuk kelancaran dalam proses skripsi.
7. Sahabat LAZIGO tercinta yaitu Anna, Zulfi, Imil, Gania dan Oki yang selalu mensupport dan memojokkan peneliti agar segera menyelesaikan skripsi.
8. Teman dekat, kerabat dekat, abang, apapun sebutan untuk Hafidz Arif (belum S.Ikom) orang yang menemani, mendampingi, mensupport dan menasehati penulis dari awal kuliah sampai saat ini.
9. Teman-teman dan adek-adek IKPMB (Ikatan Keluarga Pelajar Mahasiswa Betawi) DKI Jakarta yaitu Bang Boo, Bang Ardhon, Bang Kahfi, Shena, Rahmah, Cinta, Yanyan, Chika, Gama, Ezhar, Audi, Ali, Nonon, Putri, Hamdhan, Bagas, Ilung, Nurul, Maya, Audi, Arsyah, Niki dan semua pihak yang tidak dapat disebut satu-persatu yang selalu menjadi keluarga baru di Jogja, selalu menemani dan mensupport juga menyindir teman sekaligus mpo-nya untuk segera diwisuda.
10. Geng nongski kesayangan yaitu Anindya, Faruq, Hamdi dan Galuh yang sering direpotkan oleh peneliti dalam hal apapun.

11. Sahabat-sahabat Korp Blangkon yaitu Anis, Ratna, Oneng, Ria, Ika, Hibban, Dain, Yanto, Rudi, Hendris, Asep, Akrom, Halim. Uday, Endri serta semua anggota Korp Blangkon PMII Humaniora Park.
12. Sahabat-sahabat PMII Humaniora Park yang pernah direpotkan oleh peneliti untuk menjadi pembimbing sesaat dan tempat dimana peneliti meluapkan keluh kesah juga menjadi tempat diskusi yang mampu memberikan pencerahan.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2012 Amelia A, Olin, Ani, Rina, Amelia W, Bayu, Zen, Luthfi, Revi, Tiyo, Andi, Probo, Kholil dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat dan motivasi.
14. Para informan yang telah meluangkan waktu, dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan semua pihak di atas.

Selanjutnya segala kritik dan saran untuk perbaikan dan pengembangan keilmuan sangat diharapkan oleh peneliti.

Wallahulmuafiq ilaa aqwamiththoriq

Yogyakarta, 24 November 2016

Peneliti,

Luknia Sari Putri

NIM. 12730089

ABSTRACT

Mass media is source of information in modern life that can be concidered as a new sources and entertainment that is persuasive with the function to provide information,to educate,to entertain and to influence. Researchers are interested in reviewing one of the television program which determine the influence of Television Media Exposure for police image in Pungkursari Salatiga through “86” show on Net TV which produced in cooperation between Net TV and Indonesian National Police. This study uses Kuantitatif research method. The sample that used in this study is 81 respondents which calculated by using Slovin formulas. For sampling process, researcher use Multistage Random Sampling technique. Primary data obtained from direct respondents to describe the measuring tool in the questionnaire form. Data analysis using validity test, reliability test, test of normality in order to test the data validationt, afterwards it will be analised by using the simple linear regression test to find out the relationship and the influence among variables.

The Variables in this study is, Media Exposure on 86 program in Net TV (X) and police image for Pungkursari Salatiga society (Y).The results showed the value of the validity for X variable and Y variable > 0,3 it means that concidered to have a good contribution and is already qualified to be a research item with the reliability value using Alpha Cronbach technique in the X variable = 0,866 (very strong reliability level) and Y variable = 0,799 (strong reliability level). The regression equation obtained was $Y = 7,683 + 0,745X$. Their impressions 86 program may affect the image of police of Pungkursari Salatiga society with a significant result that is equal to 66,5%. Thus the hypothesis for this study is “there are significant influence television media exposure 86 Net TV on the police image in society of Pungkursari Salatiga”

Keywords: Media Exposure, Police Image, Media Television.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Landasan Teori	
1. Komunikasi Massa	11
2. Televisi	19
3. Citra	21
F. Metode Penelitian	
1) Jenis Penelitian	25
2) Variabel Penelitian	26
3) Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	26
4) Populasi dan Sampel	30
5) Teknik dan Instrumen Pengambilan Data	32

6) Uji Instrumen Penelitian	35
7) Metode Analisis Data	37
G. Hipotesis.....	39

BAB II GAMBARAN UMUM

A. Kepolisian Salatiga	
1) Sejarah dan Profil Kepolisian di Salatiga	40
2) Struktur Organisasi Polres Salatiga	43
B. Satlantas Polres Salatiga	
1) Kasat Lantas	44
2) Kaur Binopsnal	45
3) Kaur Mintu	46
4) Kanit Regident	47
5) Kanit Laka	48
6) Kanit Turjawali	50
7) Struktur Organisasi Satlantas Polres Salatiga	52
C. Program Acara Net TV	
1) Sejarah dan Profil Net TV	53
2) Sejarah dan Profil Tayangan 86	54

BAB III ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Responden	56
B. Pelaksanaan Pra-Survei.....	59
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian	
1) Uji Validitas	60
2) Uji Reliabilitas	63
D. Penyebaran Data Tiap Variabel	
1) Variabel X	66
2) Variabel Y	83

E. Uji Asumsi Klasik	
1) Uji Normalitas	98
2) Uji Linearitas	100
F. Analisis Regresi Linear Sederhana	101
G. Pembahasan	104
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	107
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR BAGAN	xviii

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Nilai Aitem Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 2 : Usia Responden	57
Tabel 3 : Pekerjaan Responden	58
Tabel 4 : Uji Validitas Aitem Variabel Terpaan Media	61
Tabel 5 : Uji Validitas Aitem Variabel Citra Kepolisian	62
Tabel 6 : <i>Case Processing Summary</i> (X)	63
Tabel 7 : <i>Reliability Statistics</i> (X)	63
Tabel 8 : <i>Case Processing Summary</i> (Y)	64
Tabel 9 : <i>Reliability Statistics</i> (Y)	64
Tabel 10 : Pernah Menyaksikan dan Berurusan Langsung	65
Tabel 11 : Frekuensi Menyaksikan Tayangan dalam Seminggu	66
Tabel 12 : Lama Menyaksikan Tayangan dalam Sekali Tayang	68
Tabel 13 : Menyaksikan tanpa melewati setiap segmennya.....	69
Tabel 14 : Subjektivitas Tayangan.....	71
Tabel 15 : Tayangan yang terkesan di lebih-lebihkan	72
Tabel 16 : Sifat tayangan yang menghibur	74
Tabel 17 : Sifat tayangan yang menarik.....	75
Tabel 18 : Isi pesan pada tayangan tidak sesuai realita.....	77
Tabel 19 : Objektivitas Tayangan	78
Tabel 20 : Isi pesan mengandung informasi yang jelas	80

Tabel 21 : Isi pesan yang disampaikan tidak sepenuhnya benar.....	81
Tabel 22 : Memperhatikan tema pada setiap episode tayangan.....	83
Tabel 23 : Meluangkan waktu untuk menyaksikan tayangan	84
Tabel 24 : Mengamati sikap polisi saat menyaksikan tayangan	85
Tabel 25 : Tayangan bersifat konkret.....	87
Tabel 26 : Pengaruh positif setelah menyaksikan tayangan.....	88
Tabel 27 : Segmen tayangan terkadang seperti yang dialami	90
Tabel 28 : Memperoleh informasi baru.....	92
Tabel 29 : Menyaksikan tayangan untuk mengisi waktu luang	93
Tabel 30 : Sosok polwan yang cantik dan ramah.....	94
Tabel 31 : Mengetahui informasi secara lengkap	96
Tabel 32 : Berdiskusi setelah menyaksikan tayangan.....	97
Tabel 33 : <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	99
Tabel 34 : <i>ANOVA Table</i>	100
Tabel 35 : <i>Correlations</i>	101
Tabel 36 : <i>Model Summary</i>	102
Tabel 37 : <i>Coefficients (a)</i>	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Struktur Organisasi Polres di Salatiga	43
Gambar 2 : Logo Net TV	53
Gambar 3 : Logo 86 Net TV	55

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Struktur Organisasi Satlantas Polres Salatiga	52
---	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa berperan besar dalam mewujudkan informasi dan menyuguhkan hiburan yang dibutuhkan masyarakat. Kita bisa memperoleh berbagai macam informasi dan hiburan tentang benda, orang, tempat, atau kejadian yang tidak kita alami secara langsung. Penyebarluasan informasi dan penyuguhan hiburan bisa melalui surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media lainnya. Untuk mendapatkan informasi dan hiburan yang sesuai dengan kebutuhannya, seseorang dapat memilih media yang sesuai dan memenuhi seleranya. Saat ini semua media massa dengan masing-masing sifat dan karakteristiknya saling berlomba-lomba untuk menyajikan informasi dan hiburan dengan strategi dan kiat-kiat tersendiri untuk menarik konsumen dan menyajikan informasi semenarik mungkin tanpa melupakan hal-hal yang paling pokok dari fungsi media massa yaitu memberikan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi.

Media massa merupakan suatu sumber informasi dalam kehidupan modern dan bisa dianggap sebagai sumber berita dan hiburan. Televisi sebagai salah satu jenis media massa yang membawa pesan persuasif. Sebagaimana yang kita ketahui saat ini penayangan televisi tertuju kepada masyarakat luas dan semua kalangan mulai dari anak-anak sampai orang tua. Di era modern ini

banyak tayangan-tayangan televisi yang memiliki dampak negatif terhadap masyarakat. Tidak sedikit contoh-contoh negatif yang ditiru oleh anak-anak dari tayangan di televisi karena biasanya anak kecil lebih suka meniru apa yang mereka saksikan.

Seperti dalam QS Al-Hujurat ayat 6 yang menerangkan tentang ketelitian seseorang dalam menerima informasi dengan melakukan *check and recheck* tentang ke-*valid*-an informasi tersebut. Bunyi ayatnya adalah sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَلُصِّبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mengkaji salah satu tayangan televisi dan efeknya terhadap pemirsa (masyarakat). Tayangan televisi yang ingin diteliti oleh peneliti yaitu program acara 86 yang ditayangkan di salah satu stasiun televisi yaitu Net TV. Program *reality show* 86 di produksi secara kerja sama 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, penggrebekan, hingga pengungkapan sindikat narkoba. Dapat diambil kesimpulan jika tayangan ini bertujuan untuk menampilkan sisi positif polisi dalam menegakkan hukum terhadap masyarakat dengan memunculkan sikap berani, tegas namun tetap menyenangkan dari seorang polisi. Tujuan kedepannya, masyarakat tidak lagi sungkan ataupun takut bahkan men *judge* polisi pada hal-hal yang negatif karena tugas polisi adalah melayani dan mengayomi masyarakat.

Persepsi buruk masyarakat terhadap citra kepolisian adalah akibat dari ketidakmampuan polisi menjadi pengayom masyarakat. Masih banyak orang yang mencibir dan menganggap remeh polisi terutama polisi lalu lintas yang dianggap masyarakat “cari duit” dengan konotasi yang jelek yaitu berdiri memantau para pengguna jalan dan mencari-cari kesalahan pengguna jalan dengan embel-embel “menitipkan uang” jika pengendara tersebut dianggap melanggar peraturan lalu lintas yang ada. Jika dikaitkan dengan kemampuan dan daya dukung kepolisian terhadap upaya pemulayaan martabat dan kehormatan Polri, terutama dalam menegakkan hukum dan memberantas korupsi, citra Kepolisian malah semakin terpuruk. Tidak sedikit masyarakat memilih untuk tidak mau berurusan dengan polisi di Indonesia. Perilaku oknum-oknum kepolisian yang tidak bersahabat dengan masyarakat membuat masyarakat menggeneralisir bahwa perilaku semua polisi adalah sama saja. Padahal belum tentu demikian adanya. Memang suatu hal yang wajar di

dalam suatu kumpulan orang banyak terdapat oknum-oknum yang memiliki perilaku tidak baik. Walaupun Kepolisian Republik Indonesia memiliki tujuan serta visi dan misi yang baik, namun tetap saja ada oknum yang perilakunya tidak mencerminkan sebagai anggota polisi yang baik. Ada banyak faktor penyebab masyarakat enggan untuk berhubungan dengan polisi. Beberapa pandangan negatif masyarakat terhadap polisi yaitu : polisi materialistis, polisi mempersulit segala sesuatu, polisi tidak banyak membantu, dan lain sebagainya.

Citra buruk kepolisian ini, selain dari yang sudah peneliti ungkapkan diatas, juga diperkuat oleh pernyataan masyarakat. Sebelum mengangkat judul ini, peneliti telah melakukan wawancara dengan dua orang yang ditemui secara acak. Keduanya mengatakan bahwa kinerja kepolisian dinilai kurang baik. Seperti yang dinyatakan oleh Wintan (26 tahun) di bawah ini.

“Kinerjanya buruk mbak. Waktu itu saya kena tilang, katanya ngelanggar lampu merah padahal jelas-jelas masih lampu kuning. Orang motor yang dibelakang saya jalan terus juga dibiarkan kok. Pas ditilang saya langsung minta surat tilang buat sidang soalnya buru-buru. Eh, malah di lama-lamain, dimintain nomor *handphone* lah, diajak kenalan lah, sebel jadinya.”

Hal serupa juga disampaikan oleh Zulkarnaen (26 tahun). Ia menyatakan bahwa kinerja kepolisian sangat tidak memuaskan. “Saya pernah berurusan dengan polisi ketika motor saya hilang. Waktu itu saya melapor dan dijadikan saksi. Tapi ternyata tidak ada tindak lanjut dari kepolisian. Kejadiannya tahun 2013, dan nyatanya sampai sekarang tidak ada penyelesaiannya.”

Berdasarkan pasal 2 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Republik Indonesia, fungsi kepolisian adalah salah satu fungsi pemerintahan Negara di bidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat. Kutipan Undang-Undang tersebut merupakan aturan dasar mengenai fungsi dan tujuan Polri yang menjadi acuan kepolisian dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Namun sering terdengar pendapat masyarakat terhadap pola kinerja kepolisian yang masih kurang efektif, dikarenakan penyalahgunaan kewenangan yang selalu menjadi pemberitaan oleh media massa. Terdapat beberapa oknum kepolisian yang terlibat dalam tindak pidana hukum maupun perdata, tindak kriminal, kekerasan, pemerasan, bahkan korupsi dan tidak sedikit pula yang terekspose di media sehingga masyarakat kemudian mengetahui beberapa pemberitaan negatif tentang oknum-oknum kepolisian.

Walaupun ada lembaga seperti komisi kepolisian nasional yang berwenang menerima saran dan keluhan masyarakat mengenai kinerja kepolisian (sesuai dengan Peraturan Presiden No. 17/2011 tentang komisi kepolisian nasional), namun citra itu perlu dibentuk dengan mandiri oleh kepolisian itu sendiri. Pencitraan positif yang seharusnya dibangun sebagai komitmen menuju profesionalisme polisi, ternyata sering disalahgunakan oleh oknumnya sendiri sehingga polisi sering divonis dengan citra negatif. Dari pencitraan negatif tersebut, masyarakat membentuk berbagai opini.

Terlebih lagi media massa yang mengemas berita dan terkadang berlebihan, menimbulkan berbagai opini yang mengesankan institusi polisi dipandang sinis oleh masyarakat.

Instansi kepolisian perlu membangun dan menjaga citranya di masyarakat. Citra ini menjadi lebih mendesak sejak bangsa Indonesia memasuki era Reformasi yang menjungkirbalikkan hampir semua kebijakan dan langkah pemerintah pra-Reformasi. Pembentukan citra pada masyarakat sangat berpengaruh dalam pembentukan opini oleh publik, karena opini publik merupakan pendapat masyarakat yang nantinya akan tersebar luas, apalagi opini tersebut berkaitan dengan citra polisi. Sebuah institusi publik seperti polisi atau polri, yang ingin dapat bekerja secara efektif, membutuhkan legitimasi dari masyarakat di mana ia bekerja.

Alasan mengapa peneliti memilih masyarakat kota Salatiga untuk menjadi subjek penelitian karena peneliti ingin mengetahui besaran pengaruh tayangan program acara 86 di Net TV terhadap citra kepolisian di masyarakat. Adanya pemberitaan tentang oknum polisi yang menjadi tersangka pengguna dan pengedar narkoba di Salatiga, saat Kepolisian Salatiga tanggap dan tegas dalam menegakkan hukum. Terdapat upacara Pemberhentian Tidak Hormat (PTDH) oleh Kapolres Salatiga dengan memecat sekaligus melucuti atribut kepolisian tersangka yang dilaksanakan di Mapolres Salatiga. Hal tersebut membuktikan bahwa hukum ditegakkan untuk siapa saja yang melanggar.

Berdasarkan paparan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Terpaan Media Televisi terhadap Citra Kepolisian (Survei pada penonton program acara televisi 86 Net TV di Dusun Pungkursari Salatiga)”**.

B. Rumusan Masalah

Dari serangkaian latar belakang di atas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut: Seberapa besar pengaruh tayangan program acara 86 di Net TV terhadap citra kepolisian di mata masyarakat Dusun Pungkursari Salatiga?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui besaran pengaruh tayangan program acara 86 di Net TV terhadap citra kepolisian di mata masyarakat Dusun Pungkursari Salatiga?

2. Kegunaan Penelitian

a) Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan bagi peneliti maupun pihak lain dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya di bidang *Public Relations* yang berkaitan dengan citra.

b) Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi serta acuan untuk melakukan evaluasi mengenai citra kepolisian di

mata masyarakat. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran untuk pihak-pihak yang terkait baik itu Kepolisian atau Lembaga Penegak Hukum agar dapat meningkatkan citra di mata masyarakat hingga terwujudnya rasa percaya, nyaman dan aman bagi masyarakat, maupun masyarakat pada umumnya agar tidak melakukan pelanggaran hukum.

D. Tinjauan Pustaka

Peneliti mengadakan tinjauan pustaka terhadap beberapa karya ilmiah yang relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Adapaun karya ilmiah tersebut adalah skripsi yang dibuat oleh Naiyrotun Najihah yang merupakan mahasiswi Ilmu Komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2008. Penelitian tersebut berjudul “Pengaruh Iklan Televisi Larutan Cap Kaki Tiga Versi Mamah Dedeh Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode survei.

Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui jika terdapat pengaruh yang cukup signifikan dari Iklan Televisi Larutan Cap Kaki Tiga Versi Mamah Dedeh terhadap tingkat kepercayaan dengan nilai *Korelasi Rank Spearman* (metode yang digunakan untuk mencari ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel yang datanya ordinal) sebesar 0,642. Penelitian tersebut memakai responden Ibu Rumah Tangga Daerah Mojopetung Dukun

Gresik, sedangkan peneliti memilih Penonton Program acara 86 di Dusun Pungkursari Sidorejo Salatiga.

Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas pengaruh dari televisi serta menggunakan metode penelitian kuantitatif serta pendekatan survey. Sedangkan letak perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian tersebut mengambil iklan komersial (Larutan Cap Kaki Tiga), sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu pengaruh pada program acara 86 di Net TV terhadap citra masyarakat.

Selain itu letak perbedaan lain juga terdapat pada teorinya yaitu menggunakan teori iklan, tingkat kepercayaan dan hubungan antar variabel, sedangkan peneliti menggunakan teori komunikasi massa, *spiral of silence*, televisi, dan citra.

Karya ilmiah yang kedua yaitu skripsi yang disusun oleh Onyan Nur Aeyla mahasiswi ilmu komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga tahun 2013 yang berjudul “Pengaruh Pemberitaan Kasus Korupsi Angelina Sondakh di Televisi terhadap Citra Politisi Selebriti”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode survei.

Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa media berpengaruh secara persepsi, kognisi dan sikap masing-masing penonton melalui informasi yang ditayangkan. Korelasi pemberitaan kasus korupsi

Angelina Sondakh di media televisi sebesar $-0,235$ terhadap citra politisi selebriti. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$. Penelitian tersebut memakai responden Ibu Rumah Tangga di Desa Banjarjo Kecamatan Kebonagung Kabupaten Kota Pacitan Jawa Timur, sedangkan peneliti memilih penonton program acara 86 di Dusun Pungkursari Salatiga. Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas pengaruh tayangan di dalam media massa televisi, menggunakan metode penelitian kuantitatif serta pendekatan survey.

Letak perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian tersebut mengambil pemberitaan kasus korupsi politisi selebriti, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada program acara berupa *reality show*. Penelitian tersebut juga menggunakan teori kulturasi, televisi, berita dalam media televisi, politisi selebriti, dan citra. Sedangkan peneliti menggunakan komunikasi massa, televisi, *Spiral of Silence* dan teori citra. Selain pada teori, perbedaan lainnya yaitu pada responden untuk pemilihan sample. Penelitian tersebut memakai responden ibu-ibu rumah tangga, sedangkan peneliti memilih responden tidak hanya ibu rumah tangga namun laki-laki atau perempuan, semua usia dengan berbagai jenis pekerjaan.

E. Landasan Teori

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Istilah komunikasi massa yang muncul pertama kali pada akhir tahun 1930-an memiliki banyak pengertian sehingga sulit bagi para ahli untuk secara sederhana mendefinisikan komunikasi massa. Kata 'massa' sendiri memiliki banyak arti dan bahkan kontroversial, dan istilah 'komunikasi' sendiri masih belum memiliki definisi yang dapat disetujui bersama.

Wright mengemukakan definisinya sebagai berikut: *"This newform can be distinguished from older types by the following major characteristics: it is directed toward relatively large, heterogenous, and anonymous audiences; messages are transmitted publicly, of ten-times to reach most audience members simultaneously, and are transient in character; the communicator tends to be, or to operate within, a complex organization that may involve great expense"* (Ardianto 2014: 4). Definisi komunikasi massa yang diungkapkan oleh Wright ini nampaknya merupakan definisi yang lengkap, yang dapat menggambarkan karakteristik komunikasi massa secara jelas. Definisi Wright mengemukakan karakteristik komunikasi secara khusus, yakni anonim

dan heterogen. Ia juga menyebutkan pesan diterima komunikan serentak (simultan) pada waktu yang sama, serta sekilas (khusus untuk media elektronik, seperti radio siaran dan televisi).

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik, berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh satu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah orang besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonym, dan heterogen. Pesan-pesan yang disampaikan bersifat umum, disampaikan secara serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Jadi Komunikasi massa pada hakikatnya melibatkan banyak komunikator, berlangsung melalui sistem bermedia dengan jarak fisik yang rendah (artinya jauh), memungkinkan penggunaan satu atau dua saluran indrawani (penglihatan, pendengaran), dan biasanya tidak memungkinkan umpan balik segera.

a) Tinjauan Mengenai Media Massa

1) Pengertian Media Massa

Istilah *pers* berasal dari bahasa Belanda, dalam bahasa Inggris berarti *press*. Secara harfiah, *pers* berarti cetak, dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak. *Pers* mempunyai dua pengertian, yaitu *pers* dalam pengertian luas dan *pers* dalam pengertian sempit. *Pers* dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan termasuk media

massa elektronik, seperti radio siaran, dan televisi siaran. Sedangkan *pers* dalam arti sempit hanya terbatas pada media massa cetak yakni surat kabar, majalah, dan buletin kantor berita (Effendy, 2004: 145).

Media massa adalah sarana atau alat (berupa cetak, elektronik maupun media maya) untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan yang bersifat massa, khalayak, bebas, dan netral. Dalam penelitian ini, yang disebut media massa oleh peneliti adalah media massa elektronik yang berupa siaran televisi.

2) Peran Media Massa

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Dalam menjalankan paradigmanya, media massa berperan:

- a. Sebagai media edukasi, media merupakan institusi pencerahan masyarakat, mendidik supaya cerdas, terbuka pikirannya (*open minded*), dan menjadi masyarakat yang maju.
- b. Sebagai media informasi, media setiap saat menyampaikan informasi yang terbuka, jujur, dan benar kepada masyarakat. Maka, masyarakat akan menjadi masyarakat yang informatif.

c. Sebagai media hiburan. Sebagai *agent of change* media massa juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang menjadi corong kebudayaan agar perkembangan budaya itu bermanfaat bagi masyarakat bermoral, mencegah berkembangnya budaya yang justru merusak masyarakat (Bungin, 2007: 85-86).

3) Tipologi Efek Media Massa

Menurut Denis McQuail dalam Bungin, efek media massa terdiri atas empat bagian besar. Pertama, efek media merupakan efek yang direncanakan, sebagai sebuah efek yang diharapkan terjadi, baik oleh media massa maupun pengguna media massa untuk kepentingan penyebaran informasi. Kedua, efek media massa yang tidak direncanakan, merupakan sebuah efek yang terjadi benar-benar di luar kontrol media maupun kemampuan orang yang menggunakan media. Ketiga, efek media massa terjadi dalam waktu pendek namun secara cepat, instan, keras memengaruhi orang atau masyarakat. Keempat, efek media massa berlangsung dalam waktu yang lama, sehingga memengaruhi sikap-sikap adopsi, inovasi, kontrol sosial sampai dengan perubahan kelembagaan, dan persoalan perubahan budaya (Bungin, 2007: 317-318).

b) Efek Media Massa

Teori efek media massa yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah Teori Dependensi Efek Media Massa. Teori yang dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur ini memfokuskan perhatiannya pada kondisi struktural suatu masyarakat yang mengatur kecenderungan terjadinya efek media massa. Media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi yang memiliki peran penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik pada tataran masyarakat, kelompok, atau individu dalam aktivitas sosial. Pemikiran terpenting dari teori ini adalah bahwa dalam masyarakat modern, *audience* menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi bagi pengetahuan tentang, dan orientasi kepada, apa yang terjadi dalam masyarakatnya.

Lebih lanjut, teori ini mempelajari jenis-jenis efek media massa, diantaranya:

- 1) Kognitif, menciptakan atau menghilangkan ambiguitas, pembentukan sikap, *agenda-setting*, perluasan sistem keyakinan masyarakat, penegasan atau penjelasan nilai-nilai.
- 2) Afektif, dalam hal ini menciptakan ketakutan atau kecemasan, dan meningkatkan atau menurunkan dukungan moral.
- 3) Behavioral, mampu mengaktifkan atau menggerakkan atau meredakan, pembentukan isu tertentu atau penyelesaiannya,

menjangkau atau menyediakan strategi untuk suatu aktivitas serta menyebabkan perilaku dermawan (Bungin, 2007: 287).

c) *Agenda-Setting*

Menurut McCombs dan Shaw, “*we judge as important what the media judge as important.*” Kita cenderung menilai sesuatu itu penting sebagaimana media massa menganggap hal tersebut penting. Jika media massa menganggap suatu isu itu penting maka kita juga akan menganggapnya penting. Sebaliknya, jika isu tersebut tidak dianggap penting oleh media massa, maka isu tersebut juga menjadi tidak penting bagi diri kita, bahkan menjadi tidak terlihat sama sekali. Denis McQuail (2000: 426) mengutip definisi *Agenda-Setting* sebagai “*process by which the relative attention given to items or issues in news coverage influences the rank order of public awareness of issues and attribution of significance. As an extension, effects on public policy may occur*”. Walter Lipmann pernah mengutarakan pernyataan bahwa media berperan sebagai mediator antara “*the world outside and the pictures in our heads*”. McCombs dan Shaw juga sependapat dengan Lipmann. Menurut mereka, ada korelasi yang kuat dan signifikan antara apa-apa yang diagendakan oleh media massa dan apa-apa yang menjadi agenda publik.

McCombs dan Shaw percaya bahwa fungsi *agenda-setting* media massa bertanggung jawab terhadap hampir semua apa-apa yang

dianggap penting oleh publik. Karena apa-apa yang dianggap prioritas oleh media menjadi prioritas juga bagi publik atau masyarakat. *News doesn't select it self*. Berita tidak bisa memilih dirinya sendiri untuk menjadi berita. Artinya ada pihak-pihak tertentu yang menentukan mana yang menjadi berita dan mana yang bukan berita. Siapakah mereka? Mereka ini yang disebut sebagai “*gatekeepers*.” Di dalamnya termasuk pemimpin redaksi, redaktur, editor, hingga jurnalis itu sendiri.

Dalam dunia komunikasi politik, para calon presiden biasanya memiliki tim media yang disebut dengan istilah ‘*spin doctor*.’ Mereka berperan dalam menciptakan isu dan mempublikasikannya melalui media massa. Mereka ini juga termasuk ke dalam ‘*gatekeeper*’ tadi. Setelah tahun 1990an, banyak penelitian yang menggunakan teori agenda-setting makin menegaskan kekuatan media massa dalam mempengaruhi benak khalayaknya. Media massa mampu membuat beberapa isu menjadi lebih penting dari yang lainnya. Media mampu mempengaruhi tentang apa saja yang perlu kita pikirkan. Lebih dari itu, kini media massa juga dipercaya mampu mempengaruhi bagaimana cara kita berpikir. Para ilmuwan menyebutnya sebagai *framing*.

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan Teori Terpaan Media. Konsep terpaan media adalah berusaha mencari data khalayak

tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan atau *logetivity* (Ardianto dan Erdinaya, 2005: 164) . Maka pada penelitian ini terpaan media dapat diukur dengan indikator penilaian, yaitu:

a) Frekuensi

Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, 2 minggu sekali atau sebulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan. Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target.

b) 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.

c) Isi Pesan

Merupakan suatu makna yang akan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Karenanya, isi pesan mempunyai pengaruh terhadap efektivitas komunikasi. Biasanya pengaruh tersebut ditimbulkan oleh validitas, aktualitas, dan kemasan isi pesan.

d) Daya Tarik

Adalah sesuatu yang dapat menarik perhatian penonton dalam menonton untuk menyaksikan acara tersebut. Dalam penelitian

indikator daya tarik berkaitan dengan aspek-aspek visual sebuah drama, terutama *action* fisik karakter-karakter. Juga mengacu pada pembabakan, kostum atau busana, tata rias, perlampuan dan perlengkapan.

Dari teori penelitian diatas, unit analisis yang akan diteliti adalah sebagai berikut: frekuensi, durasi, isi pesan, dan daya tarik tayangan.

2. Televisi

Definisi televisi yaitu berasal dari istilah “televisi”, yang terdiri dari “visi” yang berarti penglihatan, segi jauhnya di transmisikan dengan prinsip-prinsip tertentu karena untuk menjadikan sebuah bentuk gambar, baik dalam bentuk gambar bergerak menjadi gambar yang hidup atau bergerak (*moving picture*) (Effendy, 1993: 22).

Televisi merupakan sentuhan sistem saraf kita yang berkenaan dengan pandangan mata dengan kamera, mikrofon serta video kabel yang membawa sinyal. Khalayak dapat menerima beberapa informasi dari media televisi melalui mata, telinga (panca indera). Dalam penyebaran suatu informasi dapat menimbulkan efek yang diinginkan, karena adanya sikap berat sebelah dalam proses seleksi atau kesalahan interpretasi. Dalam upaya interpretasi mungkin merupakan wujud kontrol sosial yang terlalu banyak dilakukan orang (McQuail D, 1996: 73).

Dalam membicarakan sebuah pesan yang belum disiarkan melalui media televisi, perlu direncanakan dan diformat secara matang dan lebih

baik. Sebab bagaimanapun pesan itu memiliki dampak dan pesan tidak begitu saja dapat diterima oleh audiens. Dalam arti masih banyak variabel ikut mempengaruhi proses penerimaan pesan. Efek memang dimiliki oleh media televisi namun dalam proses penerimaan, proses tersebut juga dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti latar belakang pendidikan, sosial, lingkungan dan kebutuhan. Adapun asumsi pokok dari media televisi sebagai berikut:

- a) Televisi merupakan media yang unik. Televisi membawa pesan visual dan audio sehingga lebih impresif. Televisi juga bersifat koheren, karena mempresentasikan pesan dengan dasar yang sama tentang masyarakat melintasi program tersebut.
- b) Televisi membentuk budaya *mainstream*. Diartikan sebagai kemampuan memantapkan dan menyeragamkan berbagai pandangan di masyarakat tentang dunia di sekitar mereka.
- c) Televisi menanamkan asumsi tentang hidup secara luas, ketimbang memberikan opini dan sikap yang lebih spesifik.
- d) Semakin banyak seseorang menghabiskan waktu untuk melihat televisi, maka semakin kuat kecenderungan orang tersebut menyamakan realitas televisi dengan realitas sosial.

Penonton ringan cenderung menggunakan jenis media dan sumber informasi yang lebih bervariasi, sedangkan penonton berat cenderung mengandalkan televisi sebagai sumber informasi.

3. Citra

Citra merupakan serangkaian pengetahuan, pengalaman, perasaan (emosi) dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem kognisi manusia, atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya (Ardianto, 2010: 98). *Image* atau citra terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima. Citra yang baik dari suatu organisasi akan mempunyai dampak yang sangat menguntungkan, sebaliknya citra yang buruk akan merugikan organisasi. Citra yang baik berarti masyarakat mempunyai kesan yang positif mengenai organisasi, sedangkan citra yang kurang baik berarti masyarakat mempunyai kesan negatif.

Ada berbagai macam definisi citra, diantaranya: citra adalah gambaran tentang realitas dan tidak harus selalu sesuai dengan realitas. Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. (Ardianto, 2010: 99).

Menurut Rhenald Kasali, citra merupakan kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri muncul adanya informasi. Mardhi Jhon Harrowits mengemukakan "*Image is any tough representation that has a sensory quality*" citra terbentuk pada struktur kognisi manusia.

Berdasarkan berbagai definisi dan pendapat-pendapat para pakar tersebut, citra menunjukkan kesan suatu objek terhadap objek lain yang

terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya. Citra dapat terbentuk dengan memproses informasi yang tidak menutup kemungkinan terjadinya perubahan citra pada objek dari adanya penerimaan informasi seriap waktu (Mubarak, 2011: 28).

Adapun jenis-jenis citra diantaranya :

a) *Mirror Image* (Citra Bayangan)

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi, biasanya adalah pemimpinnya, mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.

b) *Current Image* (Citra yang Berlaku)

Citra yang berlaku merupakan kebalikan dari citra bayangan. Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Namun sama halnya dengan citra bayangan, citra tidak berlaku selamanya, bahkan jarang sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang-orang luar yang biasanya serba terbatas.

c) *Wish Image* (Citra Harapan)

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya.

d) *Multiple Image* (Citra Majemuk)

Citra majemuk merupakan adanya *image* yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda.

e) *Corporate Image* (Citra Perusahaan)

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Citra ini terbentuk dari banyak hal seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas keuangan, kualitas produk, hubungan yang baik, reputasi yang baik, kesediaan memikul tanggung jawab sosial dan komitmen.

Citra perusahaan menggambarkan sekumpulan kesan (*impressions*), kepercayaan (*beliefs*), dan sikap (*attitudes*), yang ada di dalam benak konsumen terhadap perusahaan. Pembentukan citra yang ada di dalam benak konsumen terhadap dapat diukur dengan menggunakan indikator penilaian citra. Indikator penilaian citra (Sutojo, 2004: 96) adalah sebagai berikut:

a) Kesan

Kesan yang didapat oleh konsumen terhadap perusahaan merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan sebagai alat pengukur citra.

b) Kepercayaan

Kepercayaan timbul karena adanya suatu rasa percaya kepada pihak lain yang memang memiliki kualitas yang dapat mengikat dirinya, seperti tindakan yang konsisten, kompeten, jujur, adil, bertanggungjawab, suka membantu dan rendah hati. Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan diimplementasikan dari kredibilitas perusahaan dan kepedulian perusahaan pada pelanggan yang ditujukan melalui performance perusahaan pada pengalaman melakukan hubungan dengan pelanggan.

c) Sikap

Indikator lain dari pengukuran citra perusahaan adalah sikap, dimana sikap masyarakat dapat menunjukkan bagaimana sebenarnya masyarakat menilai suatu perusahaan. Jika masyarakat bersikap baik, maka citra perusahaan itu baik. Sebaliknya, jika sikap yang ditunjukkan negatif, berarti citra perusahaan tersebut juga kurang di mata masyarakat. Proses pembentukan sikap berlangsung secara bertahap, yakni dengan pengalaman pribadi, asosiasi dan proses belajar sosial. Sikap juga terbentuk dari 3 hal, yakni kognitif, afektif dan konatif.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiono, 2013:3).

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah *hyphotetico-deductive methods*, artinya metode riset yang pola berfikirnya secara deduktif, demikian juga dalam pola karakter teknik analisis terhadap data-data kuantitatif (atau yang sudah diquantifikasi), dan riset ini memiliki hipotesis yang harus diuji di lapangan.

Penjabaran pengertian metode ilmiah kedalam enam kriteria, antara lain adalah: (1) berdasarkan fakta; (2) Bebas dari prasangka; (3) Menggunakan prinsip-prinsip analisis; (4) Menggunakan hipotesis; (5) Menggunakan ukuran objektif; dan (6) Menggunakan teknik kuantifikasi (Nazir, 1988: 43).

2. Variabel Penelitian

Variable penelitian yaitu segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2009:38).

a) Variabel Independen

Variabel Independen (Variabel bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. (Sugiyono, 2009:39). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

X = Terpaan Media

b) Variabel Dependen

Variabel Dependen (variabel terikat) adalah variabel yang terpengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2009:38).

Y = Citra

3. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

a) Definisi Konseptual

Konsep secara umum dapat didefinisikan sebagai abstraksi atau representasi dari suatu obyek atau gejala sosial. Konsep semacam gambaran singkat realitas sosial, dipakai untuk mewakili suatu

realitas kompleks (Eriyanto, 2011:175). Konsep pada penelitian ini adalah :

1) Terpaan Media

Peneliti menetapkan terpaan media sebagai variabel independen dengan berdasarkan hipotesis yang diuji oleh Wanta dan Wu (1992) dan menyatakan bahwa semakin banyak individu terekspose pada media berita, semakin tinggi tingkat keutamaan isu media. Terpaan media dalam penelitian ini diartikan sebagai, menilai seberapa besar pengaruh program acara 86 Net TV di mata masyarakat. Adapun indikator dalam variabel independen yaitu :

- a. Frekuensi, yakni seberapa sering khalayak menyaksikan tayangan 86 di Net TV.
- b. Durasi, lamanya khalayak menyaksikan tayangan 86 di Net TV.
- c. Daya Tarik. Konsep tayangan 86 di Net TV akan menjadi alasan mengapa khalayak tertarik menyaksikan program acara tersebut dengan kata lain, program acara tersebut tidak membosankan. Selain tertarik berdasarkan aktual dan faktual, mengandung keganjilan atau *human interest*.
- d. Isi Pesan, yakni seberapa banyak khalayak telah memahami isi pesan yang tersirat dalam tayangan 86 di Net TV.

2) Citra

Peneliti menjadikan citra sebagai variabel dependen. Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi (Ardianto, 2010: 99). Adapun indikator dalam variabel dependen yaitu :

- a. Kesan, merupakan suatu anggapan oleh khalayak tentang tayangan 86 Net TV.
- b. Kepercayaan, yakni sebuah perasaan yang timbul dengan berdasarkan kebiasaan menonton program acara 86 Net TV dalam intensitas tertentu.
- c. Sikap, yakni bentuk evaluasi atau terhadap suatu objek, baik mendukung atau tidak mendukung maupun menerima atau menolak, kemudian memunculkan tingkah laku atau reaksi yang berbeda-beda pada setiap individu setelah menyaksikan program acara 86 di Net TV.

b) Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah kegiatan menurunkan dari abstrak ke konkret. Konsep yang abstrak karenanya dapat dioperasionalisasikan menjadi indikator-indikator yang diamati secara empiris (Eriyanto, 2011: 177).

Penjelasan definisi operasional dari variabel-variabel penelitian ini adalah :

1) Terpaan Media

a. Frekuensi

Khalayak menyaksikan tayangan 86 di Net TV selama satu minggu sebanyak lebih dari 3x.

b. Durasi

Lamanya khalayak menyaksikan tayangan 86 di Net TV dalam sekali tayang lebih dari 15 menit.

c. Daya Tarik

Tayangan 86 di Net TV menarik perhatian karena penyajian tayangan tersebut bersifat menghibur, mengandung keganjilan dan bersifat *human interest*.

d. Isi Pesan

Pesan yang disampaikan dalam tayangan 86 di Net TV mengandung informasi yang jelas dan relevan dengan realita tentang instansi kepolisian.

2) Citra

a. Kesan

Tayangan 86 di Net TV membentuk kesan positif instansi kepolisian dimata khalayak.

b. Kepercayaan

Khalayak menjadi yakin dan percaya terhadap instansi kepolisian setelah menyaksikan tayangan 86 di Net TV.

c. Sikap

Terdapat perubahan tingkah laku pada khalayak setelah menyaksikan tayangan 86 di Net TV yaitu menerima instansi kepolisian secara positif.

4. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi sebagai keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti. Populasi generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan (Kriyantono, 2006:149).

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat dusun Pungkursari Salatiga.

b) Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomenal yang akan diteliti (Kriyantono 2006:150). Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk menyimpulkan atau menggambarkan populasi. Pemilihan sampel dengan metode yang tepat dapat menggambarkan kondisi populasi sesungguhnya yang akurat, dan dapat menghemat biaya penelitian secara efektif.

Untuk menentukan besarnya sampel, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampel yaitu *Multistage Random Sampling* (Penelitian Sampel Acak Bertahap) yaitu teknik stratifikasi sampling bertahap dimana anggota sampel dipilih dari daftar seluruh anggota populasi berdasarkan beberapa kategori atau stratifikasi tertentu. Sampel Multistage Random menggunakan semua elemen sampel di semua kelompok dan peneliti secara acak memilih elemen-elemen dari setiap kelompok tersebut.

Setelah dilakukan pra survey untuk mengetahui populasi homogen didapat sebanyak 715 member. Untuk menentukan besarnya sampel, dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut (Kriyantono, 2006:160):

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (10%).

Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{426}{1+426(0,1)^2}$$

$$n = \frac{426}{5,26}$$

$$n = 80,9$$

Dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh ukuran sampel sebanyak 80,9. Namun untuk lebih memudahkan perhitungan dibulatkan menjadi 81 sampel.

5. Teknik dan Instrumen pengumpulan data

a) Jenis data

1) Data primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama. Data-data primer ini menggunakan data *cross section*, yaitu sekumpulan data untuk meriset fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja. Data primer dalam penelitian ini adalah rekapitan dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh Masyarakat Salatiga yang dijadikan responden. Setelah data kuesioner terkumpul, kemudian data tersebut dianalisa secara statistik. Cara penghitungan data yang menggunakan komputer dengan bantuan program software SPSS for windows untuk mengolah data hasil dari kuesioner (Sugiyono, 2012:142)

2) Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini adalah kepustakaan: buku, artikel, jurnal, dan internet.

b) Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti dalam memperoleh data dari lapangan. Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1) Kuisisioner (Angket)

Menurut Arikunto (1993:194), angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden dalam arti laporan tentang dirinya atau hal-hal yang ia ketahui. Sedangkan menurut Sugiyono (2009:145), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Jenis angket yang digunakan peneliti angket tertutup sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan.

Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti adalah skala *Likert*. Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang sesuatu objek. Dengan menggunakan skala likert maka dimensi dijabarkan

menjadi variabel, kemudian variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan dan pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Penilaian skala interval dengan jawaban pertanyaan menggunakan skor 1 sampai 4, berikut jawaban setiap instrumen :

Tabel 1

Nilai item skala likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak setuju (STS)	1

2) Dokumentasi

Menurut Arikunto (2010 : 201), dalam pelaksanaan metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. Peneliti menggunakan metode dokumentasi guna mencari data berupa statistik dari Masyarakat Salatiga yang menyaksikan program acara 86 di Net TV.

3) Studi Pustaka

Merupakan suatu kegiatan yang tidak bisa dipisahkan dari suatu teori yang mendasari masalah dan bidang yang akan diteliti dapat ditemukan dengan melakukan studi pustaka. Sehingga peneliti membutuhkan banyak data dari buku, majalah, surat kabar, *internet* dan *websites*.

6. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Menurut Arikunto (1993:219), validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan diukur. Ada dua jenis validitas untuk instrumen penelitian yaitu validitas logis dan empiris. Instrumen dikatakan logis apabila secara analisis data akal sudah sesuai dengan isi, sedangkan instrumen yang sudah mempunyai aspek yang diukur sudah memiliki validitas konsturksi. Untuk menguji setiap validitas setiap butir, maka skor-skor yang ada pada butir dikorelasikan dengan skor total. Skor butir dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang sebagai nilai Y. Rumus korelasi yang digunakan adalah yang dikemukakan oleh Pearson yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment*.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

$r(x)$ = Koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total

N = Jumlah subjek uji coba

$\sum x$ = Jumlah skor butir (x)

$\sum x^2$ = Jumlah skor butir kuadrat (x)

$\sum y$ = Jumlah skor total (y)

$\sum y^2$ = Jumlah skor total kuadrat (y)

$\sum xy$ = Jumlah perkalian skor butir dengan skor total

b) Uji reliabilitas

Reabilitas merupakan terjemahan dari kata *reability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang mempunyai reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel. Ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah.

Pada penelitian uji realibilitas yang digunakan yaitu menggunakan alat ukur dengan teknik *Alpha Cronbach* dari Arikunto (2002:171), sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = koefisien reliabilitas instrumen

n = banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = total varian skor tiap-tiap item

σ_t^2 = total varian

Dikatakan reliable jika nilai α hitung $\geq 0,6$ (paling tidak mencapai 0,6), kemudian jika nilai α hitung $< 0,6$ maka tidak dikatakan reliabel.

7. Metode analisis data

a) Skala Pengukuran

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *likert*. Skala likert digunakan sebagai alat untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi sekelompok orang terhadap fenomenal sosial tertentu (Sugiyono, 2012 : 93). Pada skala *likert*, variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun item instrument yang berupa pertanyaan. dari setiap

item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai kapasitas mulai dari yang sangat positif hingga sangat negatif .

b) Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dilandaskan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel dependen (Sugiyono, 2009:243). Persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subjek dalam variabel dependen

A = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)

B = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang 42 didasarkan pada variabel indenpen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

G. Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka pemikiran dan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya maka diambil rumusan hipotesis untuk menjawab perumusan masalah yang telah dirumuskan dan kesimpulan sementara dalam member jawaban yang masih diuji dan dibuktikan kebenarannya. Ada dua jenis hipotesis yang dilakukan dalam penelitian (Arikunto,1993:70) :

- i. Hipotesis Kerja (H_a), hipotesis kerja mengatakan adanya hubungan variabel X dan Y.
- ii. Hipotesis Nol (H_0), hipotesis nol mengatakan tidak adanya hubungan antara dua variabel X dan Y.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- i. Hipotesis Kerja (H_a), terdapat pengaruh Terpaan Media Televisi 86 Net TV terhadap Citra Kepolisian di Mata Masyarakat Dusun Pungkursari Salatiga.
- ii. Hipotesis Nol (H_0) Tidak terdapat pengaruh Terpaan Media Televisi 86 Net TV terhadap Citra Kepolisian di Mata Masyarakat Dusun Pungkursari Salatiga.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelian yang sudah disusun, terdapat hipotesis yang telah diajukan oleh peneliti dengan hasil Hipotesis Kerja (H_a) yaitu terdapat pengaruh Terpaan Media Televisi 86 Net TV terhadap Citra Kepolisian di Mata Masyarakat Dusun Pungkursari Salatiga.

Setelah pelaksanaan penelitian tentang “Pengaruh Terpaan Media Televisi dalam Pembentukan Citra Kepolisian (Survei pada Penonton Program Acara Televisi 86 Net TV di Dusun Pungkursari Sidorejo Salatiga)”, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Berdasarkan pada hasil analisis regresi linear sederhana, terpaan media pada tayangan 86 di Net TV berpengaruh terhadap citra kepolisian. Banyaknya oknum-oknum kepolisian yang terkadang menyimpang saat sedang menjalankan tugas dalam menertibkan rambu-rambu lalu lintas tidak menjadikan masyarakat Pungkursari Salatiga kemudian berpandangan bahwa keseluruhan dari instansi kepolisian sama saja. Adanya tayangan 86 di Net TV semakin meyakinkan masyarakat bahwa yang menyimpang saat menertibkan rambu-rambu lalu lintas hanyalah segelintir oknum saja.
2. Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,665 yang berarti bahwa pengaruh terpaan media pada tayangan 86 di Net TV memberikan

sumbangan sebesar 66,5% terhadap citra kepolisian di mata masyarakat Pungkursari Salatiga. Sedangkan 33,5% nya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Jika dilihat dari persentase 100%, angka 66,5% merupakan persentase yang cukup tinggi, sehingga terpaan media pada tayangan 86 di Net TV memberikan pengaruh yang cukup tinggi terhadap citra kepolisian di mata masyarakat Pungkursari Salatiga. Pada tayangan tersebut memperlihatkan sosok polisi yang ramah namun tetap tegas, sehingga menghilangkan ketakutan masyarakat terhadap polisi. Dilihat dari jawaban beberapa responden menyatakan bahwa responden menyaksikan tayangan 86 di Net TV terkadang untuk hiburan di malam hari atau sekedar menemani waktu luang karena program acara 86 menarik untuk disaksikan.

Dari distribusi aitem-aitem pada variabel pengaruh terpaan media pada tayangan 86 di Net TV terhadap citra kepolisian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara terpaan media dan citra kepolisian yaitu 66,5%. Hal ini menunjukkan Hipotesis Kerja (Ha) yaitu terdapat pengaruh Terpaan Media Televisi 86 Net TV terhadap Citra Kepolisian di Mata Masyarakat Dusun Pungkursari Salatiga.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi pemilik media

Bagi pemilik media hendaknya menampilkan tayangan dan yang tidak monoton sehingga pemirsa tidak mudah bosan dalam menyaksikan tayangan, juga menyajikan tayangan yang tidak mudah ditebak ataupun terkesan dibuat-buat yang menjadikan pemirsa berfikir ulang untuk menerima pesan positif pada instansi kepolisian yang hendak disampaikan oleh pemilik media.

2. Bagi penonton tayangan

Hendaknya, bagi pemirsa harus lebih selektif dalam menerima informasi apapun yang dilihat maupun didengarkan, dan lebih berhati-hati, jangan mudah terpengaruh dengan suatu informasi jika belum diketahui kebenarannya. Perlu diadakannya diskusi atau pembahasan dengan penonton lainnya sebelum menyimpulkan sesuatu secara sepihak tanpa mengetahui keakuratan suatu informasi.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti suatu masalah yang tidak jauh berbeda, diharapkan dapat menambah tinjauan pustaka dengan teori-teori yang lebih lengkap. Selain itu, subjek yang digunakan bisa lebih bervariasi agar hasil yang didapatkan semakin kuat. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan lebih memperhatikan penyusunan alat ukur

agar tidak terjadi kesalahan saat pengambilan data. Setelah melakukan penelitian ini, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya dalam mencari ada atau tidaknya pengaruh kedua variabel tidak hanya sekedar pengaruh saja, tetapi akan lebih baik lagi jika menjelaskan secara detail seperti apa pengaruhnya.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Qur'an Surat Al-Hujurat ayat 6.

Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala Erdinaya, 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi Teori Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Cetakan Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Fajar, Waryani dan Mokhammad Mahfud. 2012. *Komunikasi Islam (I) Perspektif Integrasi-Interkoneksi*. Yogyakarta: Galuh Patria.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Mc Quail, Dennis. 1996. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar – edisi kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Mc Quail, Dennis. 2012. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morisson, M.A. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Nazir, Muhammad. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Onong Uchjana, Effendy. 1993. *Televisi Siaran Teori dan Praktek*. Jakarta: Mandar Maju.

- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Saifuddin, Azwar. 2013. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suryabrata, Sumadi. 2006. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Building the Corporate Mass*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.

Skripsi

- Naiyrotun Najihah. 2012. Pengaruh Iklan Televisi Larutan Cap Kaki Tiga Versi Mamah Dedeh Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat. UIN Sunan Kalijaga.
- Onyan Nur Aeyla. 2013. Pengaruh Pemberitaan Kasus Korupsi Angelina Sondakh di Televisi terhadap Citra Politisi Selebriti. UIN Sunan Kalijaga.
- Mubarrok, Zakki. 2011. Strategi Public Relations dalam Upaya Pemulihan Citra Perpajakan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Direktorat Jenderal Pajak DI Yogyakarta Pasca Makelar Kasus Pajak di Direktorat Jendral Pajak Jakarta). UIN Sunan Kalijaga.

Undang-Undang

- Pasal 2 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Republik Indonesia.

Internet

(<http://www.antaraneews.com/foto/77432/pemecatan-polisi-salatiga> diakses pada 3 Mei 2016 jam 20.04)

(<https://hermawanrudi.wordpress.com/2013/11/07/uu-kepolisian-negara-republik-indonesia-no-2-thn-2002/> diakses pada 3 Mei 2016 jam 21.10)

(<http://www.organisasi.org/1970/01/alasan-penyebab-orang-tidak-mau-berurusan-dengan-polisi-di-indonesia.html?m=1> diakses pada 31 Mei 2016 jam 9.48)

(<https://teraskomunikasi.wordpress.com/2010/05/10/spiral-of-silence-theory/> diakses pada 30 Juli 2016 jam 23.15)

(<http://www.statsdata.my.id/2012/06/analisis-regresi-sederhana.html?m=1> diakses pada 5 Oktober 2016 jam 8.34)

(<http://www.satlantasresgowa.org/profil/tugas-pokok> diakses pada 10 Desember 2016 jam 17.14)

LAMPIRAN

KUESIONER

Dalam kesempatan ini saya meminta kesediaan anda untuk meluangkan waktu serta berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang telah saya susun. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh program acara 86 di Net TV terhadap citra kepolisian di mata masyarakat Pungkursari, Sidorejo, Salatiga. Kuesioner ini diperlukan dalam rangka menyusun tugas akhir untuk program Strata-1 Ilmu Komunikasi.

Sebelum mengisi kuesioner ini, isilah form kesediaan mengikuti penelitian pada kolom yang telah disediakan dan bacalah petunjuk pengerjaan dengan baik. semua data yang anda berikan akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan untuk menyusun penelitian ini.

Atas kesediaan dan partisipasi yang anda berikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Luknia Sari Putri

FORM KESEDIAAN MENGIKUTI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama :

Usia :Tahun

Pekerjaan :

Telah membaca semua pengantar dan petunjuk dengan cermat dan bersedia menjadi responden dan ikut berpartisipasi memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Salatiga ,
2016

(.....)

PETUNJUK UMUM Pengerjaan

1. Pada buku kuesioner ini terdapat 2 variabel, yaitu X dan Y. Masing-masing variabel terdiri dari sejumlah pernyataan. bacalah pernyataan-pernyataan tersebut dengan teliti.
2. Berilah tanda ceklis (✓) pada setiap jawaban yang sesuai dengan keadaan anda yang sesungguhnya
Keterangan :
SS : Sangat setuju TS : Tidak Setuju
S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju
3. Semua jawaban adalah benar, selama jawaban tersebut sesuai dengan pendapat, pikiran atau perasaan anda.

4. Periksa kembali jawaban anda sebelum kuesioner ini dikembalikan, jangan sampai ada jawaban yang terlewatkan.

PERTANYAAN KHUSUS

1. Apakah anda pernah menyaksikan program acara 86 Net TV ?
 - a. Pernah
 - b. Tidak Pernah
2. Apakah anda pernah berurusan dengan instansi kepolisian ?
 - a. Pernah
 - b. Tidak Pernah

Deskripsi singkat Tayangan 86 Net TV

Program reality show 86 di produksi secara kerja sama antara Net dan Kepolisian Negara Republik Indonesia mengenai keseharian beberapa anggota polisi. 86 merupakan tayangan yang ditayangkan di Net TV setiap hari pukul 21.00 WIB. Pemirsa diajak untuk mengetahui dan mengikuti aksi polisi Indonesia dalam penggrebekan, menyaksikan kejadian sesungguhnya saat mendisiplinkan pengguna lalu lintas yang melanggar peraturan, juga melihat sedikit sisi lain dari kehidupan pribadi polisi sebagai manusia biasa dan kedekatan mereka dengan keluarganya.

Nama program ini sendiri berasal dari kode atau sandi Polisi Republik Indonesia (POLRI) yang berarti “dimengerti” atau “*Roger That*” dalam bahasa inggris. Selain diajak menyaksikan aksi kepolisian, pemirsa juga dapat menyaksikan sisi humanis dari seorang polisi yang tentunya merupakan seorang manusia biasa, terutama pengaturan prioritas tugas yang menuntut kesiagaan setiap saat dengan keluarga yang menunggu dirumah. Disisi lain, banyak pihak yang menganggap tayangan tersebut merupakan *setting-an* karena tidak sesuai dengan realita saat masyarakat berurusan langsung dengan kepolisian. Bagaimana sikap anda saat menyaksikan tayangan 86 Net TV sesuai dengan realita saat anda berurusan dengan instansi kepolisian?

VARIABEL X (Terpaan media pada tayangan 86 di Net TV)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Dalam satu minggu saya menyaksikan tayangan 86 di Net TV sebanyak lebih dari 3 kali				
2.	Dalam sekali tayang saya menyaksikan tayangan 86 di Net TV lebih dari 15 menit				
3.	Saya tidak melewatkan satu segmen pun dalam menyaksikan tayangan 86 di Net TV				
4.	Menurut saya, tayangan 86 di Net TV ditayangkan dengan subjektif oleh instansi kepolisian				
5.	Menurut saya, tayangan 86 di Net TV cenderung dilebih-lebihkan				

6.	Tayangan 86 di Net TV merupakan tayangan yang bersifat menghibur				
7.	Tayangan 86 di Net TV menarik karena menampilkan sosok polwan yang cantik dan ramah				
8.	Menurut saya tayangan 86 di Net TV terkesan dibuat-buat dan sering tidak sesuai dengan realita di masyarakat				
9.	Tayangan 86 di Net TV bersifat objektif, sesuai dengan realita instansi kepolisian di masyarakat				
10.	Pesan yang disampaikan dalam tayangan 86 di Net TV mengandung informasi yang jelas				
11.	Tayangan 86 di Net TV tidak sepenuhnya benar				

VARIABEL Y (Citra Kepolisian)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Sebelum menyaksikan tayangan 86 di Net TV, saya melihat tema dalam setiap episode terlebih dahulu				
2.	Saya meluangkan waktu untuk menyaksikan tayangan 86 di Net TV				
3.	Saya kurang mengamati sikap-sikap polisi dalam beraksi mendisiplinkan pengguna lalu lintas				
4.	Menurut saya, tayangan 86 di Net TV sesuai dengan realita pada instansi kepolisian				
5.	Saya menaruh kesan positif terhadap instansi kepolisian setelah menyaksikan tayangan 86 di Net TV				
6.	Terkadang saya tersenyum saat menyaksikan tayangan 86 di Net TV karena saya pernah mengalami hal yang sama seperti yang di tayangkan				
7.	Saya senang menyaksikan tayangan 86 di Net TV karena saya memperoleh informasi baru				
8.	Saya suka menyaksikan tayangan 86 di Net TV untuk menemani waktu luang saya saat malam hari				
9.	Saya suka menyaksikan tayangan 86 di Net TV karena memperlihatkan sosok polwan yang cantik dan ramah				

10.	Saya menyaksikan tayangan 86 di Net TV sampai selesai, karena saya ingin mengetahui informasi secara lengkap				
11.	Setelah menyaksikan tayangan 86 di Net TV, saya mendiskusikan apa yang saya saksikan kepada teman-teman saya				

**Dimohon untuk diperiksa kembali.
pastikan tidak ada jawaban yang terlewatkan
Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih**



variable X	No. Aitem										
No. Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
5	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4
6	4	4	2	2	3	3	2	3	2	3	3
7	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3
8	2	3	2	2	2	3	4	2	2	3	2
9	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
10	2	3	1	2	2	2	3	4	2	2	2
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
12	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
13	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3
14	3	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4
15	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	2
16	3	4	2	2	2	2	3	3	2	2	3
17	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4
18	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2
19	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4
20	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3

variable Y	No. Aitem										
No. Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2
2	3	2	3	3	4	3	3	3	4	1	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2
6	2	2	2	3	3	3	3	4	2	3	2
7	3	3	1	4	3	4	3	4	2	4	3
8	2	2	2	3	2	2	3	3	3	1	3
9	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1
10	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2
11	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3
12	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
13	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	3
14	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3
15	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
16	3	1	1	3	4	3	3	4	3	4	3
17	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3	3
18	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	2
19	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
20	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3

X	ss	s	ts	sts	TOTAL
1	6	39	32	4	81
2	15	47	16	3	81
3	2	19	51	9	81
4	4	21	55	1	81
5	8	27	43	3	81
6	0	51	27	3	81
7	10	41	25	5	81
8	6	26	43	6	81
9	5	51	24	1	81
10	12	54	15	0	81
11	5	35	36	5	81

y	ss	s	ts	sts	TOTAL
1	6	38	34	3	81
2	0	24	53	4	81
3	4	28	45	4	81
4	6	42	32	1	81
5	10	44	25	2	81
6	17	40	21	3	81
7	15	55	9	2	81
8	7	44	23	7	81
9	10	43	24	4	81
10	6	29	36	10	81
11	4	31	43	3	81

Nomor	Variabel X	Variabel Y	Nomor	Variabel X	Variabel Y
1	28	29	42	17	20
2	30	31	43	25	29
3	33	33	44	31	28
4	29	31	45	28	31
5	29	27	46	29	31
6	28	29	47	29	31
7	26	26	48	31	31
8	26	30	49	32	32
9	26	29	50	35	35
10	31	30	51	34	35
11	27	26	52	27	30
12	34	35	53	25	24
13	33	33	54	27	27
14	23	26	55	23	25
15	38	37	56	27	26
16	34	35	57	26	23
17	31	29	58	31	30
18	32	31	59	27	26
19	35	36	60	19	24
20	21	23	61	25	27
21	30	29	62	25	26
22	28	31	63	29	30
23	31	29	64	30	29
24	31	29	65	25	29
25	26	29	66	31	33
26	30	32	67	28	26
27	33	34	68	31	28
28	30	31	69	32	29
29	24	23	70	36	27
30	27	29	71	29	29
31	30	29	72	35	34
32	33	35	73	34	29
33	31	26	74	28	26
34	23	27	75	33	34
35	27	25	76	28	27
36	30	33	77	33	37
37	32	28	78	33	32
38	32	35	79	33	32
39	20	21	80	19	20
40	31	32	81	24	27
41	29	28			

VARIABEL X

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	20	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3,0000	,56195	20
VAR00002	3,0000	,72548	20
VAR00003	2,2500	,71635	20
VAR00004	2,7000	,57124	20
VAR00005	2,7500	,55012	20
VAR00006	2,6500	,58714	20
VAR00007	3,0000	,64889	20
VAR00008	3,2000	,69585	20
VAR00009	2,8000	,69585	20
VAR00010	3,1000	,64072	20
VAR00011	2,9500	,75915	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	28,4000	19,411	,489	,860
VAR00002	28,4000	18,989	,416	,867
VAR00003	29,1500	18,661	,480	,861
VAR00004	28,7000	18,116	,762	,843
VAR00005	28,6500	18,661	,670	,849
VAR00006	28,7500	19,776	,388	,866
VAR00007	28,4000	18,989	,484	,860
VAR00008	28,2000	18,274	,570	,854
VAR00009	28,6000	17,726	,672	,847
VAR00010	28,3000	18,537	,580	,854
VAR00011	28,4500	16,892	,750	,840

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
31,4000	22,147	4,70610	11

VARIABEL Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	20	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,779	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2,7000	,47016	20
VAR00002	2,3500	,67082	20
VAR00003	2,7000	,92338	20
VAR00004	2,8500	,58714	20
VAR00005	3,0500	,68633	20
VAR00006	3,0500	,60481	20
VAR00007	3,0000	,45883	20
VAR00008	3,0500	,51042	20
VAR00009	2,9000	,64072	20
VAR00010	2,5000	1,00000	20
VAR00011	2,6500	,58714	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	28,1000	15,253	,390	,768
VAR00002	28,4500	14,366	,411	,764
VAR00003	28,1000	13,884	,315	,785
VAR00004	27,9500	14,155	,544	,751
VAR00005	27,7500	13,250	,637	,737
VAR00006	27,7500	13,987	,564	,748
VAR00007	27,8000	14,484	,633	,749
VAR00008	27,7500	15,671	,241	,780
VAR00009	27,9000	14,832	,337	,772
VAR00010	28,3000	12,537	,476	,763
VAR00011	28,1500	14,661	,423	,763

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30,8000	16,905	4,11160	11

NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Terpaan Media	Citra Kepolisian
N		81	81
Normal Parameters(a,b)	Mean	28,9630	29,2593
	Std. Deviation	4,13656	3,77749
Most Extreme Differences	Absolute	,096	,102
	Positive	,053	,095
	Negative	-,096	-,102
Kolmogorov-Smirnov Z		,866	,920
Asymp. Sig. (2-tailed)		,442	,365

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

HOMOGENITAS

Test of Homogeneity of Variances

Terpaan Media

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,621	14	64	,097

LINIERITAS

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Terpaan Media * Citra Kepolisian	Between Groups	(Combined)	996,859	16	62,304	10,718	,000
		Linearity	910,991	1	910,991	156,717	,000
		Deviation from Linearity	85,868	15	5,725	,985	,481
	Within Groups		372,030	64	5,813		
	Total		1368,889	80			

PRODUCT MOMENT (pearson)

Correlations

		Terpaan Media	Citra Kepolisian
Terpaan Media	Pearson Correlation	1	,816(**)
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	81	81
Citra Kepolisian	Pearson Correlation	,816(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	81	81

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2-tailed --> ada pengaruh

KONTRIBUSI VARIABEL BEBAS → TERGANTUNG

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,816(a)	,665	,661	2,40753

a Predictors: (Constant), Citra Kepolisian

RUMUS : R Square x 100 % = 0,665 x 100% = 66,5%

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	759,701	1	759,701	157,171	,000(a)
	Residual	381,854	79	4,834		
	Total	1141,556	80			

a Predictors: (Constant), Terpaan Media

b Dependent Variable: Citra Kepolisian

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Part	B	Std. Error
1	(Constant)	7,683	1,738		4,420	,000			
	Terpaan Media	,745	,059	,816	12,537	,000	,816	,816	,816

a Dependent Variable: Citra Kepolisian

PENYEBARAN KUESIONER





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571

SERTIFIKAT

No.: UIN.02 /DSH.3/PP.00.9/0772/2013

Diberikan Kepada:
LUKNIA SARI PUTRI

NIM : 12730089

Program Studi : Ilmu Komunikasi

**Telah Lulus, Ujian Sertifikasi Membaca Al Quran
dengan Predikat :
Sangat Baik (A)**

Yogyakarta, 07 November 2013
a.n.Dekan
Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan

H. Andy Dermawan, M.Ag
NIP. 19700908 20003 1 001

شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.73.18.20748/2016

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Luknia Sari Putri :

تاريخ الميلاد : ١٥ أبريل ١٩٩٥

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٠ مايو ٢٠١٦, وحصلت
على درجة :

٥٥	فهم المسموع
٥٥	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٧	فهم المقروء
٤٥٧	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكاكرتا, ١٠ مايو ٢٠١٦

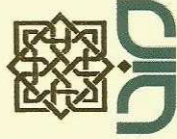
المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥





Nomor: UIN.02/R.3/PP.00.9/2753.C/2012

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : LUKNIA SARI PUTRI
NIM : 12730089
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2012/2013

Tanggal 10 s.d. 12 September 2012 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 19 September 2012

a.n. Rektor

Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan



Sertifikat

PELATIHAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

P K S I

Pusat Komputer & Sistem Informasi

Nama : LUKNIA SARI PUTRI
NIM : 12730089
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jurusan/Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Dengan Nilai :

No	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1	Microsoft Word	90	A
2	Microsoft Excel	100	A
3	Microsoft Power Point	90	A
4	Internet	100	A
Total Nilai		95	A
Predikat Kelulusan		Sangat Memuaskan	

Yogyakarta, 30 Mei 2013



Dr. Agung Fatwanto, S.Si., M.Kom.

NIP. 19770103 200501 1 003

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.73.15.22091/2016

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Luknia Sari Putri**
Date of Birth : **April 15, 1995**
Sex : **Female**

took Test of English Competence (TOEC) held on **May 18, 2016** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	48
Structure & Written Expression	47
Reading Comprehension	46
Total Score	470

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, May 18, 2016

Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



Sertifikat



PERPUSTAKAAN
UIN SUNAN KALIJAGA

Nomor: UIN.2/L.4/PP.00.9/2660/2012

diberikan kepada:

Luknia Sari Putri

NIM. 12730089

sebagai

PESERTA AKTIF

dalam kegiatan Pendidikan Pemakai Perpustakaan (User Education)
pada Tahun Akademik 2012/2013 yang diselenggarakan
oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yogyakarta, Agustus 2012
Kepala Perpustakaan,



M. Solihin Arianto, S.Ag., SIP., MLIS
NIP. 19700906 199903 1 012



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
Telepon: (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 12 Oktober 2016

Nomor : 074/2615/Kesbangpol/2016
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepada Yth :
Gubernur Jawa Tengah
Up. Kepala Badan Penanaman Modal Daerah
Provinsi Jawa Tengah
Di

SEMARANG

Memperhatikan surat :

Dari : Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri
Sunan Kalijaga Yogyakarta
Nomor : UIN.02/TU.SH/TL.00/11.09/2017
Tanggal : 7 Oktober 2017
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal **"Pengaruh Terpaan Media Televisi dalam Pembentukan Citra Kepolisian (Survei Pada Penonton Program Acara Televisi 86 Net di Dusun Pungkursari Sidorejo Salatiga)"**, kepada:

Nama : LUKNIA SARI PUTRI
NIM : 12730089
No. HP/Identitas : 085640145279/No.KTP. 920414320147
Prodi / Jurusan : Ilmu Komunikasi/ Public Relation
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Lokasi Penelitian : Dusun Pungkursari, Sidorejo, Salatiga
Waktu Penelitian : 13 Oktober s.d 30 November 2016

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan disampaikan Kepada Yth :

1. Gubernur DIY (sebagai laporan);
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Luknia Sari Putri
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Kab. Semarang, 15 April 1995
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jatisari, Jatirunggo 05/06, kec. Pringapus, kab. Semarang.
Telepon : 085640145279
E-mail : lukniaputri@gmail.com

PENDIDIKAN

2001 – 2006 : SD N 3 Jatirunggo
2007 – 2009 : SMP N 2 Pringapus
2010 – 2012 : SMA N 2 Salatiga
2012 – Sekarang : Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

PENGALAMAN ORGANISASI

1. OSIS SMP N 2 Pringapus
2. Dewan Galang Pramuka SMP N 2 Pringapus
3. Dewan Kerja Ranting Kecamatan Pringapus
4. OSIS SMA N 2 Salatiga
5. Paskibra SMA N 2 Salatiga
6. Palang Merah Remaja (PMR)
7. Salatiga Women Charity (SWC)

8. PMII Humaniora Park
9. IKPMB DKI Jakarta
10. BEM J Ilmu Komunikasi Fishum
11. Sema Universitas UIN Sunan Kalijaga

PRESTASI

1. Juara 2 Lomba Puisi antar Sekolah Dasar Se Kecamatan Pringapus
2. Juara 3 Lomba Menyanyi antar Sekolah Dasar Se Kecamatan Pringapus
3. Juara 1 Putri Lomba Pidato di SMP N 2 Pringapus
4. Juara 1 Jambore Ranting Se Kecamatan Pringapus
5. Juara 1 Fashion Show di Pungkursari Salatiga

