

Pengaruh Pemberitaan Negatif terhadap Citra Lembaga Kepolisian

Nadhira Kemalia Hafyrani*, Arba'iyah Satriani

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*nadhiraKemalia@gmail.com, arbaiyahsatriani@unisba.ac.id

Abstract. Reporting in a media has great power in influencing the image in the audience. Reporting is often a bridge to fulfill public curiosity. The amount of attention that the public pays to a report can make the media continuously report news, especially negative news. If the negative news that is reported concerns important state institutions, there is an institution's image that is at stake. Seeing these conditions, this research focuses on the effect of negative news on the image of state institutions, in this case the police institution. The theory used in this paper is applied media theory which is measured in three variables, namely frequency, duration, and attention. The result of this research is that if an audience sees a news item even for quite a long time then and keeps abreast of news developments so that the audience will experience a news exposure that gives rise to an image formation.

Keywords: *Reporting, Media Exposure, Image..*

Abstrak. Pemberitaan dalam sebuah media memiliki kekuatan yang besar dalam mempengaruhi citra di khalayak. Pemberitaan seingkali menjadi jembatan untuk memenuhi keingintahuan publik. Besarnya atensi yang diberikan masyarakat terhadap suatu pemberitaan, dapat membuat media tanpa henti memberitakan sebuah pemberitaan, utamanya pemberitaan negatif. Apabila pemberitaan negatif yang diberitakan menyangkut lembaga penting negara, ada citra lembaga yang dipertaruhkan. Melihat kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan mengenai pengaruh sebuah pemberitaan negatif terhadap citra lembaga negara, dalam hal ini lembaga kepolisian. Adapun teori yang digunakan dalam penulisan ini adalah teori terapan media yang diukur dalam tiga variabel yaitu Frekuensi, Durasi, dan Atensi. Hasil dari penelitian ini adalah jika seorang khalayak melihat suatu berita bahkan dalam waktu yang cukup lama dan mengikuti terus perkembangan berita maka khalayak tersebut akan mengalami suatu terpaan berita yang menimbulkan suatu pembentukan citra.

Kata Kunci: *Pemberitaan, Terpaan Media, Citra.*

A. Pendahuluan

Perkembangan media informasi mempengaruhi kehidupan bersosial manusia dewasa ini. Dalam kehidupan sosial, pertukaran informasi menjadi aspek paling penting dalam menyampaikan informasi. Oleh karenanya, teknologi untuk penyebaran informasi pun menjadi sangat pesat. Saat ini, kita mengenal berbagai jenis media massa untuk mendapatkan informasi. Media cetak, media elektronik, media online, dan media sosial adalah yang paling banyak digunakan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan media elektronik Televisi. Televisi merupakan media massa yang paling efektif dalam menyampaikan informasi di era globalisasi. Data menunjukkan bahwa hampir 70% penduduk Indonesia memiliki dan menonton televisi setiap harinya. Hal ini menunjukkan bahwa televisi sangat dekat dengan masyarakat Indonesia, bahkan sudah dianggap sebagai kebutuhan pokok oleh masyarakat Indonesia (Pohan, 2011: 1)

Media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini khalayak dan menimbulkan citra positif/negatif pihak-pihak yang diberitakannya. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang. Dalam hal ini komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan atau institusi. Besarnya pengaruh pemberitaan terhadap citra inilah yang mendasari peneliti melakukan penelitian pengaruh pemberitaan negatif terhadap salah satu institusi/lembaga pemerintah yaitu lembaga kepolisian.

Dari pemaparan latar belakang yang telah disebutkan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana model terpaan berita terhadap citra lembaga kepolisian?”. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui model terpaan berita terhadap citra lembaga kepolisian ditinjau dari aspek frekuensi.
2. Untuk mengetahui model terpaan berita terhadap citra lembaga kepolisian ditinjau dari aspek durasi.
3. Untuk mengetahui model terpaan berita terhadap citra lembaga kepolisian ditinjau dari aspek atensi.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan paradigma yang digunakan adalah paradigma positivisme. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Analisis regresi adalah metode analisis statistik yang menentukan pengaruh sebab akibat antara dua variabel dan menggambarkan pengaruh antara dua variabel terikat. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan survey. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling yaitu teknik Accidental Sampling. Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, atau siapa saja secara kebetulan bertemu peneliti dapat digunakan sampel (Meidatuzzahra, 2019: 20).

Peneliti menggunakan kuisisioner dan wawancara terstruktur sebagai alat pengumpulan data. Setelah pengumpulan data dari para responden melalui kuisisioner/angket, maka data diolah dan dianalisis apakah data tersebut terdapat pengaruh atau tidak antara variabel pemberitaan kasus negative (X) terhadap citra lembaga kepolisian (Y) untuk kemudian dibawa ke kesimpulan atau menjawab pertanyaan penelitian/menguji hipotesis dan tujuannya yang akan dilakukan. Skala likert menjadi tolak ukur untuk menghitung nilai dari pertanyaan kuisisioner. Lalu selanjutnya dilakukan sebuah pengujian dari hipotesis tersebut menggunakan Uji Asumsi Klasik, Uji Asumsi Regresi Linier Berganda, Uji t, dan Koefisien Determinasi. Sebelumnya pada uji asumsi klasik terdiri uji normalitas, heteroskedasitas, dan multikolinearitas.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap orang membutuhkan informasi dalam hidupnya, karena dengan adanya informasi seseorang dapat mengetahui suatu peristiwa atau sesuatu yang terjadi, baik di sekitar kita maupun yang terjadi di belahan bumi lainnya. Untuk mendapatkan suatu informasi, masyarakat pada umumnya membutuhkan suatu media. Dalam bahasa Arab media adalah wasa'il (وسائل) yang berarti perantara atau pengantar pesan dari pengirim pesan

kepada penerima pesan (Munadi, 2008). Media massa sendiri terdiri atas berbagai jenis seperti surat kabar, televisi, radio, dan media online.

Kekuatan dari suatu media massa adalah mampu mempengaruhi khalayak. Khalayak membaca, melihat dan mendengar suatu pesan atau informasi dari media massa dari informasi yang disampaikan itulah media massa mampu memberikan suatu perhatian terhadap pesan yang disampaikan dari informasi tersebut. Dari situlah secara langsung khalayak terkena terpaan dari pesan yang disampaikan oleh media massa karena semua pesan-pesan yang ada dapat mempengaruhi khalayak. Salah satu efek yang ditimbulkan dari pesan terpaan berita tersebut adalah khalayak mengalami pembentukan pemikiran mengenai berbagai hal, termasuk citra. Menurut Ardianto (2014: 168), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok yang menarik dan penting bagi khalayak.

Terpaan (*exposure*) merupakan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang terjadi pada individu dan kelompok (Kriyantono, 2006: 205). Pemaparan pemberitaan dalam teori terpaan berita terdiri atas tiga indikator yaitu frekuensi, durasi, dan atensi/perhatian.

Dalam proses pemaparan suatu berita terjadi pemahaman karena frekuensi. Yang dimaksud dengan frekuensi adalah seberapa sering individu atau kelompok menggunakan media dalam rentang waktu satu minggu atau satu bulan. Jika seorang khalayak membaca suatu berita sesering mungkin, maka khalayak tersebut akan terus menerus mendapatkan suatu terpaan yang mengakibatkan khalayak tersebut mengalami pembentukan citra. Aspek durasi yang merupakan rentan waktu lamanya seseorang membaca suatu berita, hal ini pun berpengaruh terhadap pembentukan citra khalayak karena dengan waktu yang lama seseorang membaca berita maka informasi yang didapat akan semakin dalam. Jika seseorang telah mengetahui sebuah informasi dan cukup dalam informasi yang didapat maka orang tersebut berada pada aspek atensi. Yang dimaksud dengan atensi adalah mengukur tingkat perhatian yang diberikan oleh khalayak kepada konten atau informasi yang disajikan, yang kemudian diukur kembali melalui seberapa paham khalayak terhadap informasi yang disampaikan. Karena itu ketiga aspek dari terpaan berita yang ada akan menghasilkan pengaruh terhadap terhadap citra.

Pada penelitian ini, terpaan berita yang diteliti adalah bagaimana aspek frekuensi, durasi, dan atensi mempengaruhi citra lembaga kepolisian. Menurut Jefkins (2003), Citra adalah sebuah kesan, gambaran atau impresi yang tepat sesuai dengan kenyataannya (*real*) mengenai suatu kebijakan, personel, produk, atau jasa-jasa suatu organisasi atau perusahaan. Citra lembaga/organisasi berkaitan erat dengan nilai. Nilai yang terkait adalah penilaian baik atau buruk, benar atau salah, dst. Pada dasarnya organisasi menginginkan citra yang baik di mata masyarakat karena akan meningkatkan eksistensi lembaga itu sendiri. Jika citra organisasi terlihat buruk di mata masyarakat, maka pertumbuhan organisasi tidak dapat maksimal.

Indikator citra dalam penelitian ini terdiri atas (1) Persepsi Khalayak; Anggapan Khalayak terhadap Lembaga kepolisian yang adil dan jujur (2) Kepercayaan; Kepercayaan khalayak terhadap kemampuan lembaga kepolisian (3) Reputasi; Evaluasi terhadap kinerja dan kredibilitas lembaga kepolisian

Gencarnya pemberitaan negatif mengenai lembaga kepolisian secara signifikan telah mempengaruhi citra lembaga kepolisian. Dalam wawancara Oktober 2022, Kapolri secara langsung menyebutkan bahwa kepolisian menyadari dalam beberapa waktu terakhir ini Polri mengalami penurunan tingkat kepercayaan publik akibat kejadian-kejadian menonjol yang berdampak negatif dan menjadi perhatian publik. Citra merupakan aset strategis bagi organisasi atau perusahaan karena berkaitan dengan penilaian dan evaluasi keberadaan organisasi yang bersangkutan di mata stakeholders. Eksistensi sebuah organisasi atau perusahaan sangat dipengaruhi oleh loyalitas stakeholders sebagai khalayak sasaran yang memiliki pendapat atau pandangan berbeda mengenai suatu organisasi/perusahaan, tetapi secara kolektif memberikan kontribusi pada keseluruhan citra organisasi/perusahaan. Efek jangka panjang dari citra negatif ini adalah mampu menurunkan legitimasi lembaga kepolisian sehingga lembaga tidak berjalan dengan efektif.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, diketahui hasil dari keseluruhan tanggapan responden dalam penelitian ini adalah positif. Positif diukur dari 3 atribut terpaan berita terhadap citra lembaga kepolisian. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis linier berganda yang semua hasilnya positif. Nilai tertinggi hasil dari pengujian regresi linier berganda yaitu pada atribut atensi atau perhatian. Atensi memiliki hasil sebesar 0,966.

Dalam wawancara seorang responden menekankan bahwa alasan ia menitikberatkan aspek atensi/perhatian karena ia ingin memastikan bahwa lembaga kepolisian ini adalah lembaga yang amanah, termasuk dalam kasus negative tentang organisasinya. Dalam Al-qur'an, dijelaskan pula mengenai amanah dalam surat An-Nisa ayat 58 yang artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat."

Berdasarkan ayat diatas, kepolisian mempunyai beban amanah dari masyarakat yang sangat besar, itulah yang mendasari besarnya pemberitaan kasus ini. Itu artinya, dalam penelitian ini besarnya perhatian yang diberikan pada pemberitaan kasus negatif berpengaruh paling besar dalam citra lembaga kepolisian.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, penulis menemukan kesimpulan pemberitaan kasus negatif berpengaruh terhadap citra lembaga kepolisian paling besar pada aspek Atensi.

Acknowledge

Terimakasih banyak penulis haturkan kepada Allah SWT, Orang Tua, para responden dan pembimbing penulis tercinta, Ibu Arba'iyah. Semoga karya ilmiah ini menjadi ibadah, dan dapat memberikan bantuan untuk karya penulisan berikutnya.

Daftar Pustaka

- [1] Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala Erdinaya, 2007. Komunikasi Massa Suatu.Pengantar. (Bandung: Simbiosia Rekatama Media)
- [2] Corrylia Almira Rahma Raissa, Ahmadi D. Kegiatan Media Relations Dalam Mempertahankan Citra Positif. J Ris Public Relations [Internet]. 2022 Dec 20;59–66. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1087>
- [3] Effendy, Onong Uchjana, 2003. Televisi Saran Teori dan Praktek, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- [4] Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Mandar Maju
- [5] Jefkins, Frank 2003. *Public Relations*, Jakarta: PT Erlangga
- [6] Galuh Lukitasari. 2014. Pengaruh Pemberitaan Di Televisi Terhadap Citra Partai Politik Di Kalangan Mahasiswa FKI UMS. Naskah Publikasi
- [7] <http://eprints.undip.ac.id/WPrasasti>. Diakses pada 25 Maret 2022
- [8] <https://kbbi.web.id/pemberitaan>. Diakses pada 16 Oktober 2022
- [9] <https://nasional.kompas.com/read/2022/10/26/19110351/survei-populi-center-kepercayaan-publik-terhadap-polri-merosot>
- [10] Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana
- [11] Maulana IA, Nurrahmawati. Grooming Front Officer dan Kepuasan Konsumen. J Ris Public Relations [Internet]. 2022 Jul 7;53–8. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/887>
- [12] Mustika, & Anggraeni R. 2019. Pengaruh Terpaan Media Terhadap Reputasi Lembaga Pemerintah.Journal of Creative Communication. Vol 1(1).
- [13] Nasution MAR, Hendrasmo. Identifikasi Permasalahan Komunikasi Publik Masyarakat

- Indonesia pada Masa Pandemi Covid 19. *J Ris Public Relations* [Internet]. 2022 Dec 20;85–92. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1353>
- [14] Rakhmat, Jalaluddin 2012. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- [15] Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto , 2012. *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya,
- [16] Sumadiria, Haris 2011. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Professional*, Bandung: Simbiosis Rekatama media