



**PENGARUH TERPAAN PROGRAM 86 DI NET TV TERHADAP CITRA
KEPOLISIAN REPUBLIK INDONESIA DI MATA WARGA TANGERANG
SELATAN**

Azhar Hutomo, Priatna, Romi Syahril
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika
(Naskah diterima: 1 September 2020, disetujui: 28 Oktober 2020)

Abstract

Television or what is often called TV is one of the mass media that is very influential on society. One of the television stations that developed in Indonesia in 2015 is NET. NET. has a news program called NET. 86. The .NET program. 86 is a program cooperating with the Police to showcase the duties and humanist side of the police. The purpose of this research is to know the influence of Impression Net 86 on Polri image. This research is a quantitative research using survey method with audience population domiciled in Tangerang Selatan amounted to 100 people. The sampling technique used is nonprobability sampling that is purposive sampling technique. This research uses simple regression analysis. The findings of this study indicate that Impressions Net 86 significant effect on Polri image.

Keyword: Impressions Net 86, Citra Polri

Abstrak

Sejauh ini televisi atau yang sering disebut TV merupakan salah satu media massa yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Salah satu stasiun televisi yang berkembang di Indonesia pada tahun 2015 adalah NET. NET. memiliki sebuah program berita berjudul NET. 86. Program NET. 86 adalah program yang bekerjasama dengan Polri untuk menayangkan tentang tugas serta sisi humanis dari polisi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Program Net 86 terhadap Citra Polri. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei dengan populasi penonton berdomisili di Tangerang Selatan berjumlah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling yaitu teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Program Net 86 berpengaruh signifikan terhadap Citra Polri.

Kata Kunci: Program Net 86, Citra Polri.

I. PENDAHULUAN

Televisi merupakan salah satu jenis media massa yang popular dikarenakan kemampuannya dalam menarik

minat penonton yang melebihi media massa lainnya. Karena televisi bersifat dapat dilihat dan dapat dide-ngar, berbeda dengan media cetak yang me-nuntut khalayaknya harus bisa

membaca kare-na media cetak hanya terbatas pada tulisan atau teks saja. Menurut survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2015 terhadap kebiasaan masyarakat Indonesia berusia 10 tahun keatas, Kebiasaan menonton televisi masyarakat Indonesia sebesar 91,47%, mendengarkan radio 7,54% dan membaca koran sebesar 13,11%.

Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa peran radio dan surat kabar sebagai media massa semakin berkurang dibandingkan dengan televisi, dan hal ini menjadikan televisi sebagai media popular yang tersebar dipelosok penjuru dunia termasuk Indonesia.

Secara sederhana kita dapat mendefinisikan televisi sebagai media massa yang menampilkan siaran berupa gambar dan suara dari jarak jauh. Munculnya media televisi sebagai media elektronik memberi pengaruh yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat saat ini. Televisi adalah bagian yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari dan menjadi sumber umum utama dari sosialisasi dan informasi bagi masyarakat karena televisi membawa berbagai informasi atau pesan-pesan yang dalam waktu yang sangat cepat dapat tersebar di berbagai pelosok dunia. Televisi merupakan produk ilmu pengetahuan dan

teknologi dalam bidang komunikasi yang sudah ada sejak dahulu sampai saat ini.

Berkat dukungan teknologi yang semakin canggih, terutama teknologi digital, televisi telah mengubah dunia dan telah tercipta suatu dunia baru. Sejak kelahirannya, televisi telah berperan sebagai media massa yang menawarkan rangkaian citra dan bentuk-bentuk baru yang dipengaruhi dan memengaruhi kehidupan manusia. Masa depan televisi akan bergantung pada kemampuan manusia melakukan berbagai penilaian dan mengambil keputusan terhadap tantangan masa depan.

Media televisi memberikan banyak pilihan tayangan dengan informasi yang dikemas secara menarik untuk disaksikan. Salah satu stasiun televisi yang menyajikan program informasi adalah NET (*News and Entertainment Television*) merupakan un televisi berjaringan di Indonesia resmi diluncurkan pada 26 Mei.

Meskipun terhitung baru, NET. telah arik hati banyak pemirsanya dengan gam informasi yang aktual dan sesuai yang dikemas secara menarik seperti 5, Net 10, Net 12, Net 16, Net Satu Indonesia, Entertainment News, nesia Morning Show dan yang terbaru ah Net 86. 86 (Delapan Enam) adalah salah program informasi (*news*) yang diproduksi secara

kerjasama antara NET.dan Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) mengenai keseharian anggota polisi. Nama program ini sendiri berasal dari kode sandi POLRI yang berarti dimengerti atau roger that dalam bahasa Inggris. Ditengah-tengah maraknya kasus yang berhubungan dengan citra polisi seperti penembakan antara sesama polisi, bentrok antara polisi dan mahasiswa atau KPK ataupun kasus polisi-polisi yang tertangkap menggunakan narkoba dan lain- lain yang terjadi akhir-akhir ini, program 86 hadir dan di dalam program tersebut pemirsa diajak melihat keseharian beberapa anggota polisi yang memacu adrenalin. Mulai dari menertibkan pelanggar lalu lintas, penggerebekan, hingga pengungkapan sindikat narkoba. Selain membahas tugas mereka, dalam program 86 ini pun dibahas juga sisi humanis dari seorang polisi yang tentunya merupakan seorang manusia biasa, terutama pengaturan prioritas tugas yang menuntut kesiagaan setiap saat dengan keluarga yang menunggu di rumah.

Dalam melaksanakan perannya guna memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum serta memberikan perlindungan dan pelayanan masyarakat, citra positif polisi dianggap suatu hal yang penting karena image/citra, salah satunya bertujuan

untuk menciptakan *Public Confidence* yaitu adanya kepercayaan publik terhadap organisasi. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Agenda Setting* atau penataan agenda. Peneliti menggunakan teori ini karena *Agenda Setting* adalah suatu teori yang menyangkut pemahaman (*learning*), bukan perubahan sikap dan perubahan opini. Asumsi dasar teori *Agenda Setting* adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media, maka penting juga bagi masyarakat. Oleh karena itu, apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Program NET.86 Terhadap Citra Positif Polisi dalam Perspektif Warga Tangerang Selatan”

II. KAJIAN TEORI

1. Komunikasi Massa

Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh

karena itu massa disini menunjuk pada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, atau pembaca.

Media massa dalam komunikasi massa bentuknya antara lain media elektronik (television, radio), media cetak (surat kabar, majalah tabloid), buku dan film (Nurudin, 2007: 4-5).

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003: 188) dalam buku komunikasi massa suatu pengantar (Ardianto, 2009: 3), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Jadi pada penelitian ini, media yang di maksud adalah televisi yang menyebarkan informasi kepada khalayak yang memberitakan berita seputar kejadian pesawat terbang yang jatuh.

2. Media Massa

Media massa (*mass media*) merupakan berbagai macam media atau wahana komunikasi massa seperti pers (secara sempit diartikan sebagai surat kabar, sedangkan secara luas sebagai media pemberitahuan), media cetak pada umumnya (majalah dan jurnal), dan berbagai media elektronik seperti radio, bioskop dan televisi yang mampu menjangkau masyarakat luas (Jefkins, 2004:420) dalam buku

pengantar ilmu *broadcasting* dan *cinnematography* (Lamintang, 2013: 21).

Karakteristik media massa ialah sebagai berikut (Cangra, 2008: 126-127):

- a. Bersifat melembaga
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang
- c. Meluas dan serempak,
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis,
- e. Bersifat terbuka.

Sebagai media massa yang tumbuh belakangan, dan merupakan konvergensi dari media radio, surat kabar, industri musik, pertunjukan panggung, dan sebagainya, televisi memiliki kekuatan yang sangat besar dibandingkan jenis media massa lainnya. Kemampuan televisi mendominasi media lain karena media ini mempunyai sejumlah kelebihan, antara lain sebagai berikut (Badjuri, 2010: 14-16):

- a. Bersifat Dengar-Pandang

Tidak seperti halnya media radio yang hanya bisa dinikmati melalui indera dengar, media tv bisa dinikmati pula secara visual melalui indera pengelihatan.

- b. Menghadirkan Realitas Sosial

Televisi memiliki kemampuan menghadirkan realitas sosial seolah-olah seperti aslinya. Kemampuan teknogogi kamera dalam

merekam realitas sebagaimana aslinya, menjadikan tayangan televisi memiliki pengaruh sangat kuat pada diri khalayak.

c. *Simultaneous*

adalah kemampuan menyampaikan segala sesuatu secara serempak sehingga mampu menyampaikan informasi kepada banyak orang yang tersebar di berbagai tempat dalam waktu yang bersamaan.

d. Memberi Rasa Intim/ Kedekatan Tayangan

program tv secara umum disajikan dengan pendekatan yang persuasif terhadap khalayaknya. Dengan menggunakan sapaan yang memberi kesan dekat, tidak berjarak, bahasa tutur sehari-hari, *gesture* yang wajar menciptakan suasana intim antara presenter program dengan khalayak

e. Menghibur

Meskipun secara konseptual fungsi tv sama dengan media massa lainnya, yaitu informatif, edukatif, dan menghibur, namun fungsi terbesar dari media televisi adalah menghibur. Berbagai studi menunjukkan bahwa motif utama orang menonton televisi adalah mencari hiburan, setelah itu mencari informasi, dan paling akhir adalah mencari pengetahuan/ pendidikan.

3. Terpaan Program Televisi

Terpaan program diartikan sebagai penggunaan media oleh khalayak yang meliputi jumlah waktu yang digunakan, jenis isi media serta hubungan antara khalayak dengan media yang dikonsumsi atau media secara keseluruhan (Rakhmat, 2001: 66).

Terpaan media (*media exposure*) diukur dengan seberapa banyak waktu (berapa jam) dalam setiap harinya dihabiskan untuk menonton tayangan tersebut. Untuk masing-masing dari tiga aspek terpaan media (media televisi, media radio, media surat kabar) ini dibuatkan kategori, tingkat terpaan tergolong tinggi dan rendah. Dalam hal ini terpaan tayangan melalui media televisi, tergolong tinggi apabila lebih dari tiga jam sehari dalam menonton televisi, dan rendah apabila tiga jam atau kurang setiap harinya.

Penelitian terpaan tayangan media televisi yakni penelitian yang berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan maupun durasi penggunaan. Penulis merumuskan turunan variabel tayangan, yaitu :

a. Intensitas Tayangan

Intensitas tayangan, yaitu jumlah keseluruhan waktu yang digunakan oleh khalayak dalam program acara di media massa. Dalam intensitas terdapat frekuensi dan durasi (Ardi-

anto, 2007: 168). Dari pengertian tersebut maka penulis menurunkan subvariabel menjadi dua indikator yaitu:

1) Frekuensi Menonton Tayangan

Frekuensi yaitu seberapa sering khalayak menonton suatu program televisi (berapa kali dalam seminggu) atau seberapa sering khalayak mengkonsumsi sebuah program dalam setiap bulannya.

2) Durasi Menonton Tayangan

Durasi yaitu berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari) atau berapa lama khalayak mengkonsumsi sebuah program dalam setiap penayangannya.

b. Isi Pesan Tayangan

Isi pesan adalah suatu komponen proses komunikasi berupa panduan dari pikiran dan perasaan seseorang yang menggambarkan lambang dan bahasa atau lambang lainnya disampaikan kepada orang lain. Isi pesan menurut DR. Sasa Djuasa Sendjaya didalamnya terdapat hubungan logis dalam alur cerita, irama dramatik, misi dan orientasi, karakter tokoh (narasumber) dan tema aktual dan kontekstual (Kuswandi, 2008: 121). Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti merumuskan indikator isi pesan yaitu (Tan, 1981: 135) :

1) Struktur Pesan (*Message Structure*) Struktur pesan yaitu susunan pokok- pokok gagasan yang menyatu menjadi satu kesatuan pesan yang utuh.

2) Gaya Pesan (*Message Style*)

Gaya pesan adalah mengolah bahasa demi terciptanya gaya dalam upaya menjelaskan isi pesan demi tercapainya efektivitas komunikasi. Gaya pesan dimaksudkan agar pesan yang disampaikan komunikator dapat dipahami oleh komunikan. Jika pesan yang disampaikan tersebut tidak dapat dipahami oleh komunikan maka komunikator dapat mengulang materi atau pesannya sampai komunikan mengerti dan memahami pesan yang disampaikan komunikator tersebut. Dan dengan adanya karakteristik pesan serta sumber evaluasi pesan maka komunikator dalam menyampaikan pesannya lebih terarah. Sehingga komunikasi tatap muka yang berlangsung lebih efektif. Namun komunikator juga harus menggunakan daya tarik pesannya agar komunikan dapat mengikuti kehendak komunikator.

3) Daya Tarik pesan (*Message Appeals*) Daya tarik pesan yaitu meyakinkan khalayak melalui pendekatan rasional dengan memberi bukti empiris dan logika atau pendekatan emosional untuk menarik

emosi atau perasaan khalayak dalam suasana menyenangkan. Daya tarik pesan mengacu ada motif-motif psikologis yang dikandung pesan (*rational and emotional appeals*).

4. Citra

Informasi lengkap mengenai citra organisasi meliputi empat elemen sebagai berikut:

a. Personality

Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.

b. Reputation

Reputasi merupakan hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain. reputasi juga merupakan persepsi publik mengenai tindakan-tindakan organisasi yang telah berlalu dan prospek organisasi sejenis atau pesaing.

c. Value

Nilai-nilai yang dimiliki perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan.

d. Corporate Identity

Komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan, seperti logo, warna dan slogan merupakan upaya perusahaan untuk mengenalkan diri kepada *public* melalui visualisasi (logo / lambang) dan non visualisasi (cerminan organisasi kepada publiknya dalam hal bertingkah laku dan berkomunikasi). Semua elemen-elemen tersebut di dalam *corporate identity* tersebut dapat digunakan baik secara internal maupun eksternal, untuk memperkenalkan kepribadian suatu perusahaan, sesuai dengan falsafah perusahaan yang telah disepakati (Harisson, 1995). Dengan adanya citra yang positif, sebuah perusahaan, organisasi maupun instansi akan lebih maju dan mendapat kepercayaan oleh publiknya. Sebuah perusahaan, organisasi maupun instansi dengan citra yang baik akan lebih mudah diterima oleh masyarakat luas.

5. Teori Agenda Setting

Agenda-setting diperkenalkan oleh McCombs dan DL.Shaw dalam *Public Opinion Quarterly* tahun 1972, berjudul *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. Asumsi dasar teori *Agenda-Setting* adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa,

maka media itu akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media, maka penting juga bagi masyarakat. Oleh karena itu, apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum (Bungin, 2006).

Asumsi dari teori ini adalah membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Topik yang lebih banyak mendapat perhatian dari media massa akan menjadi lebih akrab bagi pembacanya, akan dianggap penting dalam suatu periode waktu tertentu, dan akan terjadi sebaliknya bagi topik yang kurang mendapat perhatian media massa. Dapat ditarik kesimpulan bahwa teori agenda setting merupakan pemikiran yang menyatakan bahwa media tidak mengatakan apa yang orang-orang pikirkan, tetapi apa yang harus dipikirkan. Teori agenda setting digunakan karena efeknya adalah membentuk persepsi dari khalayak, bukan merubah sikap. Peneliti ingin mengetahui persepsi citra positif polisi yang terbentuk dari tayangan NET.86.

6. Kerangka Berpikir

Program Net 86

→ Citra Polisi

7. Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2013) menyatakan bahwa "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan".. "Hipotesis adalah pernyataan dugaan (conjectural) tentang hubungan antara dua variabel atau lebih (Kerlinger, 2006). Hipotesis selalu mengambil bentuk kalimat pernyataan (*declarative*) dan menghubungkan secara umum maupun khusus-variabel yang satu dengan variabel yang lain. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga program Net 86 berpengaruh terhadap citra Kepolisian Republik Indonesia.

III. METODE PENELITIAN

1. Gambaran Populasi

Menurut Sugiyono (2014:115) mendefinisikan populasi yaitu "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Jumlah populasi yang akan diteliti dalam penulisan ini adalah seluruh warga yang tinggal di Tangerang Selatan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) berpendapat "Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sedangkan menurut Arikunto (2010: 174) memberikan definisi bahwa "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti".

3. Teknik Pengambilan Sampel

Metode penarikan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan nonprobability sampling yaitu teknik *purposive sampling*. Dimana penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yaitu sudah pernah menonton program Net 86 sebanyak minimal 3 kali. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan analisis statistik melalui pengukuran-pengukuran berbagai macam uji dengan menggunakan aplikasi software SPSS.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Juliansyah (2012) "Validitas atau keabsahan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen". Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

1. Apabila Signifikansi variabel > Signifikansi 0,05, maka kuesioner tersebut tidak valid.
2. Apabila Signifikansi variabel < Signifikansi 0,05, maka kuesioner tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012) reliabilitas adalah derajat konsistensi/ keajengan data dalam interval waktu tertentu. Tujuannya adalah untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kriteria pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari tahap signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

5. Regresi Linier Berganda

Teknik ini digunakan bila peneliti bermakna meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilai-

nya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Riduwan, 2009). Rumusnya adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1 X$$

Keterangan:

\hat{Y} = Citra Polri

a = Bilangan Konstan b = Koefisien Regresi

X = Skor variabel Program Net 86

6. Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Pengaruh (t)

Uji parsial ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Program Net 86 dengan Citra Polri. Proses penilaian menggunakan software SPSS. Kaidah pengujian Signifikansi :

1. Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka α , H_0 ditolak dan H_1 diterima (signifikan).
2. jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka α , H_0 diterima dan H_1 ditolak (non signifikan).

b. Uji Hipotesis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah untuk menafsirkan signifikansi koefisien korelasi yang dinyatakan dalam persen (%) variasi yang terjadi dalam variabel disebabkan oleh variasi yang terjadi dalam variabel X.

IV. HASIL PENELITIAN

Dilihat dari profil responden penelitian ini, responden gender wanita lebih sedikit dari responden pria yaitu sebesar 600 % untuk responden laki-laki dan 40% untuk responden perempuan, sedangkan untuk usia mayoritas 21 - 30 Tahun sebanyak 35%, untuk berapa kali menonton sebanyak > 5 kali sebanyak 30 %.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Penenelitian

Tabel 1. Variabel dan dimensi penelitian

Variabel	Dimensi
Program Net 86	Intensitas
	Isi Pesan
Citra Polri	<i>Personality</i>
	<i>Reputation</i>
	<i>Value</i>
	<i>Corporate Identity</i>

Hasil Uji Validitas dengan menggunakan SPSS dari pernyataan variabel Program Net 86 (X), dan Citra Polri (Y) pada kuesioner menunjukkan bahwa nilai signifikan (*2-tailed*) kurang dari 0,05 untuk keseluruhan pernyataan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir pernyataan adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Alph a	Keterangan
1	Program Net 86	0,740	Reliabel

Sedangkan koefisien alpha cronbach $> 0,60$ (X) akan menyebabkan semakin meningkatnya pula Citra Polri (Y). Berarti kuesioner yang disebarluaskan terhadap masyarakat adalah sah artinya pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan apa yang diukur oleh kuesioner tersebut, dan handal karena jawaban tiap responden dianggap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Perhitungan regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi besarnya hubungan antara variabel terikat (dependen) yaitu Citra Polri (Y), dengan variabel bebas (independen) yaitu Program Net 86 (X). Hasil regresi linier berganda dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	0,310	0,824	2,70	0,004
	Program Net 86	0,350	0,160	2,98	0,001

a. Dependent Variable: Citra Polri

Dari hasil pengolahan data diperoleh koefisien regresi dari tabel diatas sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0,310 + 0,350 (X)$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat diketahui bahwa :

a. Nilai konstanta 0,310, artinya jika Program Net 86 (X) bernilai nol, maka nilai Citra Polri (Y) sebesar 0,310.

b. Koefisien regresi variabel Program Net 86 (X) menunjukkan nilai positif yaitu 0,350. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Program Net 86 (X) berpengaruh positif terhadap peningkatan Citra Polri (Y), artinya semakin tinggi tingkat Program Net 86

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Hipotesis t

Pengujian hipotesis ini untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh sendiri-sendiri terhadap variabel terikat

Tabel 4 Hipotesis t Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients		t	Sig.
	Beta			
1	(Constant)		2,70	0,004
	Program Net 86	,280	2,98	0,001

a. Dependent Variable: Citra Polri

Dari hasil Uji t dari tabel 4 menunjukkan bahwa terdapat 1 variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut : Untuk variabel

Program Net 86 (X) memiliki nilai signifikansi 0,001. Nilai $Sig t < 5\%$ ($0,001 < 0,05$). Dengan demikian pengujian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini memperlihatkan bahwa Tayangan Net 86 (X) berpengaruh signifikan terhadap Citra Polri (Y). Adapun besarnya pengaruh adalah sebesar 0,280.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berganda (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi Model

Summary^b

Mod el	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,450 ^a	,280	,256	2,6743

- a. Predictors: (Constant), Program Net 86, Kemasan
b. Dependent Variable: Citra Polri

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R square) sebesar 0,280 atau 28%. Artinya variabel Y dijelaskan sebesar 28% oleh variabel Program Net 86 (X), sedangkan sisanya sebesar 72%

dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian ini hanya terbatas pada 1 Program televisi. Diharapkan peneliti – peneliti berikutnya melakukan penelitian dengan program tayangan yang berbeda
- b. Penelitian yang kami lakukan terbatas pada Program Net 86 untuk menilai Citra Polri
- c. Sesuai dengan uji hipotesis di atas masih banyak variabel – variabel lain yang belum diteliti seperti identitas perusahaan, reputasi dll
- d. Kuesioner yang kami lakukan sepenuhnya mendapatkan jawaban dari responden dan jawaban kuesioner tersebut tidak mendapatkan perasaan emosional dari responden.
- e. Teori yang kami kaji terbatas pada 1 teori yang berasal dari penelitian para ahli, penambahan yang lebih lanjut.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai terpaan pengaruh Program Net 86, terhadap Citra Polri, maka dapat ditarik kesimpulan Variabel Program Net 86 mempunyai pengaruh positif terhadap Citra Polri karena dari hasil uji hipotesis t nilai signifikansinya $0,001 < \text{sig. } 0,05$ dan besar pengaruhnya sebesar 0,280.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Bandung : Widya Pajajaran.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi : teori, paradigma dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta : Prenada Media Group
- Harisson, Shirley. 1995. *Public Relation : An Introductions*. London: International Thomson Bus.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations (Edisi Kelima)*. Jakarta: Erlangga.
- Kuswandi, Wawan, 2008. *Komunikasi massa, Sebuah Analisis Interaktif Budaya Massa*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Lamintang, Franciscus Theojunior 2013. *Pengantar Ilmu Broadcasting Dan Cinematography*. Jakarta: Penerbit In Media.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian Skripsi. Tesis. Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sekaran, Umar. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Severin, J. Werner. James W. Tankard. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Tan, Alexis S. 1981. *Mass communication theories and research*. Columbus: Grid Publishing.
- Wiryanto. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta :PT.Grasindo.