

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**OPINI MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
ISLAM RIAU TERHADAP CITRA POLISI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau**



RIZKY PRATAMA SAPUTRA

**NPM : 189110275
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

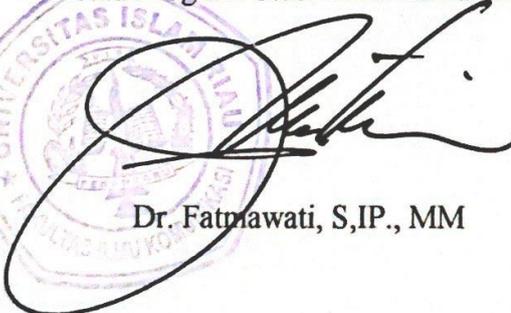
Nama : Rizky Pratama Saputra
NPM : 189110275
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : Rabu/ 03 Agustus 2022
Judul Penelitian : Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, 23 Juni 2022

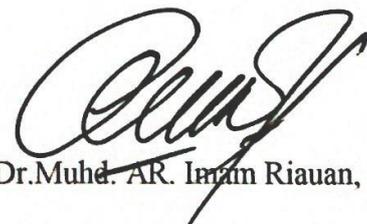
Menyetujui:

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Fatmawati, S.IP., MM

Pembimbing



Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

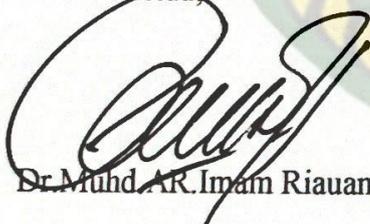
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Rizky Pratama Saputra
NPM : 189110275
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Komprehensif : Rabu / 03 Agustus 2022
Judul Skripsi : Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi.

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 9 Agustus 2022
Tim Seminar

Ketua,



Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I. Kom

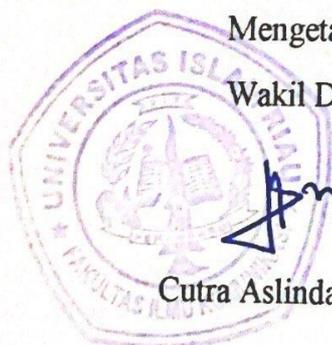
Anggota,



Yudi Daherman, M.I. Kom

Mengetahui,

Wakil Dekan I



Cutra Aslinda, M. I. Kom

Anggota



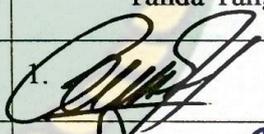
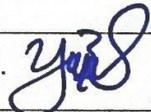
Eka Fitri Qurnawati, M.I. Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

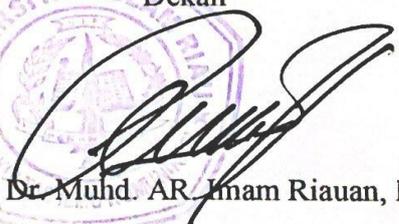
Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 1728/A-UIR/3-Fikom/2022 Tanggal 22 Desember 2021 maka dihadapan Tim Penguji hari ini **Rabu Tanggal 3 Agustus 2022 Jam : 09.00 – 10.00 WIB** bertempat di ruang **Konferensi Pers** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas :

Nama : Rizky Pratama Saputra
NPM : 189110275
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : “Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi” .
Nilai Ujian : Angka : “80,6” ; Huruf : “A-”
Keputusan Hasil Ujian : Lulus
Tim Penguji :

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr.Muhd.AR.Imam Riauan.M.I.Kom	Ketua	1. 
2.	Yudi Daherman, M. I. Kom	Penguji	2. 
3.	Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom	Penguji	3. 

Pekanbaru, 09 Agustus 2022

Dekan


Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M. I. Kom

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
Terhadap Citra Polisi**

Yang diajukan oleh :
Rizky Pratama Saputra
189110275

Pada Tanggal :
09 Agustus 2022

Mengesahkan
DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI


Dr. Muhd. AR. Imam Riauan., M. I. Kom

Tim Penguji

Tanda Tangan,

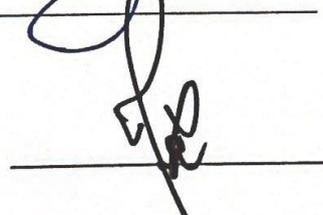
Dr. Muhd. AR. Imam Riauan., M. I. Kom



Yudi Daherman, M.I.Kom



Eka Fitri Qurniawati ,M.I.Kom



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizky Pratama Saputra
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 10 April 2000
NPM : 189110275
Program Studi : Ilmu Komunikasi
FAKULTAS : Ilmu Komunikasi
Alamat/No Tlp : Jl. Mayar Sakti No.49 / 082285673468
Judul Skripsi : Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya (Skripsi) adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar Pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya di Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (point 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai Skripsi dan atau pencabutan gelar akademik keserjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 23 Juni 2022
Yang Menyatakan,



Rizky Pratama Saputra

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

(QS. Al- Baqarah:216)

“Kamu harus meyakinkan hatimu bahwa apapun yang telah ditetapkan Allah adalah hal yang paling tepat dan paling bermanfaat untukmu”

(Imam Al-Ghozali)

“Lakukan hal kecil dengan cinta yang besar, agar memperoleh hasil yang maksimal”

(Rizky Pratama S.)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala karunia dan rahmat-Nya penulis ucapkan puji dan syukur untuk Allah SWT sehingga bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi”. Penelitian ini ditujukan untuk melengkapi salah satu syarat agar mendapatkan gelar sarjana S-1 dalam bidang komunikasi.

Dalam hal ini, penulis sangat sadar bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menuturkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Dr. Muhd. AR Imam Riauan, M.I.Kom.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Dr. Fatmawati, S.Ip.,MM
3. Dosen Pembimbing Dr. Muhd. AR Imam Riauan, M.I.Kom yang sudah memberikan motivasi, ide, dan pemikiran serta menyediakan waktu saat proses penyelesaian skripsi ini.
4. Teristimewa untuk keluarga tercinta. Terimakasih atas semua doa dan dorongannya yang sudah diberikan untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu dan memberikan pembelajaran bagi penulis selama berkuliah

6. Terimakasih atas dukungan dari Rona Syafira Ardita untuk kebersamaan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Dan Terimakasih untuk teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau angkatan 2018, serta untuk pihak-pihak yang terkait dalam waktu penyelesaian skripsi ini yang sengaja ataupun tidak sengaja telah membantu penulis, dengan ini penulis ucapkan terimakasih.

Semoga seluruh dorongan yang berharga ini mendapatkan berkah dari Allah SWT, Amin ya Allah. Penulis sangat sadar bahwa masih adanya kekurangan dari penyusunan skripsi ini. Hal ini terjadi karena keterbatasan kemampuan dari penulis. Karena hal tersebut kritik beserta saran yang dapat mendorong penulis sangat diperlukan sebagai motivasi bagi penulis agar dapat menjadi berkembang dan lebih baik lagi kedepannya.

Pekanbaru, 23 Juni 2022

Penulis

Rizky Pratama Saputra

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING SKRIPSI	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	
LEMBARAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
ABSTRAK.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Fokus Penelitian.....	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Kerangka Teori.....	14
1. Komunikasi.....	14
2. Opini.....	23
3. Citra.....	30
4. Sosial Media.....	34
5. Twitter.....	37
6. Analisa percakapan media sosial.....	42
B. Defenisi Operasional.....	51
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
A. Pendekatan Penelitian.....	55
B. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian.....	56

C. Lokasi dan Waktu Penelitian	57
D. Sumber Data	59
E. Teknik pengumpulan data	59
F. Teknik pemeriksaan keabsahan data	61
G. Teknik analisis data	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	63
B. Hasil Penelitian	81
C. Pembahasan Penelitian	93
BAB V PENUTUP	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Postingan Akun @fchkautsar	9
Gambar 4. 1 Akun Twitter Christian Andatan	67
Gambar 4. 2 Komentar Christian Andatan.....	68
Gambar 4. 3 Akun Twitter Pardi Rambe	70
Gambar 4. 4 Komentar Pardi Rambe	71
Gambar 4. 5 Akun Twittter Cindi Oktaviani.....	73
Gambar 4. 6 Komentar Cindi Oktaviani	73
Gambar 4. 7 Akun Twitter Nurhabibah	75
Gambar 4. 8 Komentar Nurrohmatun Habibah	76
Gambar 4. 9 Akun Twitter Tesa	78
Gambar 4. 10 Komentar Tesa Gita Rinanda	78
Gambar 4. 11 Ancaman melalui Direct Message Instagram.....	92
Gambar 4. 12 Ancaman Lainnya dari Instagram.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	53
Tabel 3. 1 Tabel Prakira Skripsi	58
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Seluruh Profil Informan.....	80



ABSTRAK

Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi

Rizky Pratama Saputra

189110275

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap citra Polisi. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara bersama lima orang informan yang telah memenuhi kriteria yang sebelumnya telah peneliti tentukan. Hasil penelitian ini adalah empat dari lima informan peneliti beropini bahwa citra polisi itu buruk. Peneliti mengklasifikasikan 5 opini informan yang diperoleh dari hasil wawancara dan peneliti menyimpulkan ada 3 opini yaitu, Polisi semena- mena dalam menjalankan tugasnya, Polisi tidak responsif terhadap laporan kehilangan dan Polisi itu tegas dalam menegakkan aturan.

Kata Kunci : Opini, Citra, Polisi, Twitter

ABSTRACT

Opinion Of Student Of The Faculty of Communication Sciences Riau Islamic University on the Image of The Police

Rizky Pratama Saputra

189110275

This study aim to determine the opinion of student of the Faculty of Communication Sciences Islamic University of Riau on Image of the Police. In this study using descriptive qualitative methods by conducting interview with fifth informants who had met the criteria that the researchers had previously determined. The result of this research is that four of the five research informants have the opinion that the image of the police is bad. The researcher classified the 5 opinions of the informants obtained from the interviews and the researchers concluded that there were 3 opinions, namely, the police arbitrarily in carrying out their duties, the police are not responsive to reports of loss and the police are firm in enforcing the rules.

Keyword : Opinion, Image, Police, Twitter

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan manusia pasti selalu ditandai dengan aktivitas sosial antarmanusia seperti di lingkungan keluarga, tetangga, sekolah, kantor. Hakikat pergaulan antar manusia ini ditunjukkan dengan keintiman, frekuensi, jenis relasi, dan mutu interaksi di antara manusia. Pergaulan manusia merupakan salah satu bentuk peristiwa komunikasi dalam masyarakat. Melalui komunikasi tersebut, ada manusia saling berbagi informasi dan ada yang saling berbagi gagasan dan sikap.

Melalui komunikasi seorang sanggup menghasilkan serta pula mengelola ikatan dengan orang lain. apabila tidak terdapat komunikasi, hingga ikatan tidak hendak bisa jadi terjalin. yang mencirikan ikatan ialah gimana seorang orang awal kali melaksanakan interaksi. lewat interaksi tersebut bisa didetetapkan ikatan yang terjalin hendak jadi lebih jauh maupun jadi dekat, jadi toxic ataupun tidak toxic. Dengan begitu seorang tentu dapat menjalankan komunikasi lebih dekat dengan orang tertentu.

Komunikasi ialah bagian berarti di kehidupan manusia. Komunikasi ialah kegiatan interaksi antara seorang manusia dengan manusia lain. Yang diharapkan didalam suatu komunikasi ialah *Feedback*, yang bermanfaat buat menggapai tujuan yang diartikan dalam berbicara.

Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan bahwa komunikasi adalah pengiriman atau penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak.

Komunikasi berasal dari bahasa latin “*cum*” ialah kata depan yang berarti dengan, bersama dengan, serta “*unus*” ialah kata bilangan yang berarti satu. Dari kedua kata- kata itu tercipta kata barang “*cummunio*” yang dalam bahasa Inggris jadi *cummunion* yang berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, ikatan.

Sebutan komunikasi dalam bahasa inggris “*communication*”, dari bahasa latin “*communicatus*” yang mempunyai makna berbagi ataupun jadi kepunyaan bersama, komunikasi dimaksud selaku proses sharing diantara pihak- pihak yang melaksanakan kegiatan komunikasi tersebut. Bagi Lexicographer, komunikasi merupakan upaya yang bertujuan berbagi buat menggapai kebersamaan. Bila 2 orang berbicara hingga uraian yang sama terhadap pesan yang silih dipertukarkan merupakan tujuan yang di idamkan oleh keduanya.

Menurut Liliwari,(2014:359), Komunikasi merupakan rangkaian proses pengalihan informasi dari satu orang kepada orang lain dengan maksud tertentu.

Sedangkan menurut Lijan Poltak, (2016:511), Komunikasi adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan/atau di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu.

Menurut Cangara, (2013:34) terdapat 6 unsur yang mendukung terjadinya komunikasi yaitu :

1. *Source* (Sumber), merupakan pihak yang mengirimkan pesan kepada penerima, sering juga disebut dengan komunikator.

2. Pesan , isi yang disampaikan pengirim kepada penerima baik berbentuk *verbal* maupun *non-verbal*, pesan biasanya dikenal sebagai kata *Message* , *content* atau *information*.
3. Media , merupakan alat yang berfungsi untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima, media ini bisa berupa media massa, seperti radio, televisi maupun koran. Bisa juga media berupa saluran misalnya paguyuban, pengajian, arisan, ormas, rumah ibadah, serta media alternatif lainnya seperti brosur, buku, spanduk dan lain sebagainya.
4. Penerima, pihak yang menerima pesan dari sumber, penerima biasa disebut khalayak, sasaran, target atau komunikan.
5. Efek, yaitu perubahan yang terjadi setelah si penerima pesan menerima pesan, baik perubahan sikap, tingkah laku dan perasaan.
6. Umpan balik, merupakan tanggapan yang diberikan oleh si penerima pesan akibat menerima pesan dari *source*.

Menurut Mulyana, (2015:4), pesan disampaikan dari seseorang ke orang lain dengan tujuan agar pesan tersebut dapat dimengerti atau dapat mengubah perilaku orang lain. Dalam proses berkomunikasi di dalamnya memiliki tujuan dan fungsi yang berbeda-beda. Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan.

Sedangkan Gordon I. Zimmerman et al dalam Mulyana, (2015:4) membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori. Pertama, kita berkomunikasi untuk

menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita, untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan rasa penasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain.

Berdasarkan formula Harold d. Laswell yaitu, "*Who says what in what channel to whom with what effects?*" dapat disimpulkan bahwa pesan-pesan yang disampaikan oleh individu atau instansi tertentu sangat berpengaruh dalam pembentukan opini, komunikasi dan penyampaian pesan yang baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan akan membentuk sebuah opini yang baik pula, begitu juga sebaliknya.

Opini adalah pendapat, ide, pikiran terhadap sebuah persoalan yang pernah atau sedang terjadi. Kata opini berasal dari bahasa latin, yaitu *opinari* yang berarti berfikir atau menduga. Kata opini sendiri sendiri mengandung akar kata *onis* yang berarti harapan. Kata *opinion* sendiri dalam bahasa inggris berhubungan erat dengan kata *option* dan *hope*, yang artinya pilihan atau harapan.

Menurut Leonardo W. Dood dalam Soemirat & Ardianto, (2017:6), opini adalah suatu sikap atau pendapat seseorang mengenai sebuah persoalan ataupun keadaan yang pernah maupun sedang terjadi. Opini antara satu orang dengan orang lainnya cenderung tidak sama sebab dipengaruhi pola pikir, pengetahuan, serta lingkungannya dalam menanggapi situasi ataupun persoalan tersebut.

Sifat *latent* yang menjadi pembawaan opini ini dengan sendirinya membawa unsur-unsur pasif dalam arti tidak bergerak atau setidak-tidaknya sukar bergerak. Sebagai suatu kelemahan dari publik adalah karena tidak adanya kontak langsung

antara peminat dengan peminat (sebut saja anggota publik), antara peminat dengan sesuatu yang diminatinya. Opini akan berkembang dan menjadi kuat apabila opini itu didukung oleh beberapa opini kelompok (*group opinion*), sehingga opini itu dapat mudah digerakan. Selanjutnya Leonard W. Doob memberi beberapa pegangan dalam meneliti opini. Suatu opini dianggap kompeten atau mampu memenuhi syarat opini dalam arti khas bila :

- a) Fakta yang dipakai sebagai titik tolak dari perumusan opini , diberi nilai “baik” oleh kelompok luas.

Dalam hubungan ini Leonard W. Doob mengemukakan pula batas-batas kemampuan opini antara lain :

- a) Perhatian orang terhadap suatu masalah itu sangat tergantung pada pengetahuan dan pendidikannya masing-masing.
- b) Kebijakan tergantung juga dari penilaian serta seleksi terhadap fakta dan nilainya sendiri.
- c) Pada kenyataannya bahwa setiap persoalan (masalah) mempunyai banyak segi sehingga untuk hal-hal yang kompeten untuk menimpa kelompok luas, opini (yang kompeten) itu terdiri dari banyak kelompok.

Opini pada zaman sekarang tergolong mudah untuk dipengaruhi, contohnya pada saat kampanye, para caleg berlomba menggunakan sosial media untuk media kampanye dan mempengaruhi opini masyarakat, dalam pembentukan opini, sosial media tidak memiliki batasan dan lebih cepat serta mudah untuk diakses. Karena hal ini lah sosial media sangat cepat dan berpengaruh dalam pembentukan opini.

Sosial media adalah sebuah media yang bekerja secara online yang memungkinkan para penggunanya bisa melakukan berbagai macam kegiatan seperti berkomunikasi, menggali informasi dan kegiatan lainnya. pada zaman sekarang ini sosial media sangat dibutuhkan oleh setiap individu karena sosial media memiliki manfaat yang sangat banyak untuk setiap kehidupan individu.

Menurut Phillip & Keller, (2012:568), media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

Berikut ini merupakan beberapa fungsi sosial media secara umum:

- a) Memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan teknologi internet.
- b) Menghasilkan komunikasi antara banyak audien(*many to many*).
- c) Melaksanakan transformasi manusia yang tadinya pemakai isi pesan berganti jadi pesan itu sendiri.
- d) Membangun aktivitas untuk para pengusaha maupun tokoh masyarakat.
- e) Sebagai media komunikasi antara pengusaha maupun tokoh masyarakat dengan para pengguna sosial media yang lain.

Menurut Puntoadi, (2011: 5) , yaitu pengguna sosial media berfungsi sebagai berikut:

- a) Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audensilah yang menentukan.

Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di edia sosial.

b) Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal,serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

Sosial media yang pada hari ini yang populer digunakan yaitu Twitter. Twitter didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006, situs jejaring sosialnya diluncurkan di bulan Juli 2006, sejak diluncurkan, media sosial yang satu ini mampu menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet.

Twitter adalah sebuah situs jejaring sosial yang sedang berkembang pesat saat ini karena pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya dari komputer ataupun perangkat mobile mereka dari manapun dan kapanpun. Setelah diluncurkan pada Juli 2006, jumlah pengguna Twitter meningkat sangat pesat. Pada September 2010, diperkirakan jumlah pengguna Twitter yang terdaftar sekitar 160 juta pengguna.

Twitter merupakan sebuah situs yang memfasilitasi akses kepada para user di seluruh dunia untuk mengirimkan pesan yang terdiri dari kata kata yang maksimal 140 karakter yang kita kenal sebagai *Tweet*. Didalam *Tweet* sendiri bisa terdapat foto dan juga pesan teks. Lewat *Tweet* inilah para pengguna Twitter

diseluruh dunia dapat berinteraksi lebih dekat dengan para pengguna lainnya dengan mengirimkan apa yang sedang dipikirkannya, apa yang sedang dilakukannya, serta berita terkini dan hal hal yang menurutnya penting dan menarik untuk dibagikan.

Saat ini aplikasi Twitter menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan di Indonesia. Aplikasi Twitter sangat digemari dari kalangan generasi milenial. Berdasarkan demografi pengguna Twitter di Indonesia. Terdapat pengguna sebanyak 53 persen laki- laki dan 47 persen perempuan. Sedangkan dari segi usia, pengguna aplikasi ini mayoritas umur 16 sampai 24 tahun. Pengguna Twitter di Indonesia termasuk menjadi pengguna aktif. Hal tersebut dibuktikan bahwa pengguna menghabiskan 42 persen untuk mengakses Twitter setiap hari (adam, 2019).

Hanani, (2017:44) menjelaskan bahwa melalui twitter, terciptalah sebuah komunikasi dengan para pengguna akun twitter yang telah menjadi following ataupun follower seseorang. Komunikasi tersebut diawali dengan *Self disclosure* atau proses mengungkapkan informasi pribadi seseorang kepada orang lain atau sebaliknya. Dalam komunikasi antarpribadi, proses membuka diri merupakan salah satu jalan dalam melatih dan membiasakan kita berkomunikasi secara efektif.

Percakapan yaitu salah satu kegiatan bahasa yang melibatkan dua atau lebih partisipan, yaitu antara pembicara dan pendengar, dengan dua faktor ini maka baru bisa terjadi proses komunikasi.

Dalam percakapan, biasanya pembicara menggunakan bahasa secara tepat dan langsung agar informasi dapat diterima dengan baik. Selain itu, percakapan kadang bertujuan untuk hal hal yang lain seperti, memuji, menyindir dan juga mengkritik, namun tanpa disadari, itulah yang menjadikan penyampaian informasi ataupun informasi itu menjadi menarik.

Pada tanggal 13 Oktober 2021, sebuah *Tweet* yang di unggah oleh akun @fchkautsar mendadak viral yang berisi “ Polisi Se –Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih”, *Tweet* ini mendapat balasan oleh pengguna Twitter lain sebanyak 3.382 kali balasan, 38.000 *re-tweet* ,dan 102.000 likes. Jika kita *search* dengan kata kunci “Polisi Se-Indonesia Bisa diganti satpam BCA aja gaksih?” maka akan muncul hasil tanggapan akun lain terhadap postingan @fchkautsar ini, membuktikan bahwa akun ini merupakan akun pertama yang memposting postingan viral ini. Akun @fchkautsar ini membagikan atas keluh kesahnya terhadap keramahan Polisi yang kalah oleh Satpam BCA, didalam komentar *Tweet* yang di unggah oleh @fchkautsar ini banyak terjadi pro dan kontra terhadap fenomena ini, ada yang setuju dan juga tidak.

Gambar 1. 1 Postingan Akun @fchkautsar

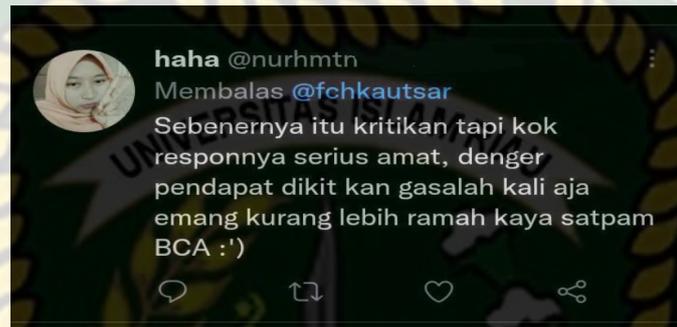


(Sumber : *Screenshot* postingan akun @fchkautsar)

Peneliti menggunakan postingan akun @fchkautsar karena menurut peneliti viralnya postingan ini bukan karna pemilik akun bukan *influencer* tetapi

menurut peneliti faktor viralnya postingan ini karna isi postingan tersebut menstimulus khalayak khususnya mahasiswa yang memiliki keluh kesah dan juga opini terhadap polisi di Indonesia.

Gambar 1. 2 Screenshot Komentar Nurrohmatun Habibah



(Sumber : *Screenshot* komentar Nurrohmatun Habibah)

Gambar diatas merupakan salah satu komentar dari salah satu informan peneliti yang merupakan mahasiswi fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang bernama lengkap Nurrohmatun Habibah, ia memberikan komentarnya terhadap postingan @fchkautsar ini, dalam isi komentarnya ia berpendapat bahwa lebih ramah satpam BCA.

Maka berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti karena dengan munculnya cuitan dari akun @fchkautsar yang viral pada tanggal 13 oktober 2021. Menyebabkan pengaruh kepada citra Polisi. Maka penulis menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah di jelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penggiringan opini negatif terhadap citra polisi dari Tweet “ Polisi Se-Indonesia Bisa Diganti Satpam BCA Aja Gaksih ?”.
2. Dampak negatif Postingan @fchkautsar terhadap Citra Polisi di Indonesia.
3. Pengaruh negatif *twitter* dalam mempengaruhi suatu opini khalayak yang bertujuan negatif.

C. Fokus Penelitian

Untuk membuat sasaran pembahasan menjadi lebih terfokus, maka penelitian ini dilakukan fokus kepada opini mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah bertujuan untuk memberikan penjelasan terhadap masalah yang akan diteliti. Perumusan masalah berdasarkan pembatasan masalah tersebut adalah bagaimana Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Setiap usaha yang dilakukan tentu mendukung nilai dan tujuan – tujuan tertentu. Demikian juga dengan penelitian ini bertujuan untuk mencari fokus jawaban rumusan masalah, oleh karna itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi.

2. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian hendaknya dapat memberikan manfaat tertentu. Demikian pula manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat, khususnya bagi mahasiswa yang menerima informasi dari media pemberitaan agar lebih pintar dalam memilah dan memilih informasi yang disebarkan apakah asli atau palsu, karna untuk masa sekarang media menjadi penyebar berita tercepat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan penelitian dibidang disiplin Ilmu Komunikasi Massa khususnya media sosial.

b. Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya wawasan dalam penelitian *New Media*, khususnya menggunakan metode analisis wacana. Juga dapat memberikan gambaran kepada mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait kajian *New media*. Serta mampu membantu dan mempermudah mahasiswa dalam penelitian *New Media*, melalui analisis wacana.

c. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi para praktisi ilmu komunikasi, baik mahasiswa yang sedang belajar ilmu komunikasi di Universitas Islam Riau maupun mahasiswa dari Universitas lain. Selain itu, penelitian ini akan menambah daftar penelitian tentang kajian media, menambah referensi bagi para mahasiswa dan para pemangku kepentingan dalam konteks analisis wacana serta dapat dijadikan rujukan awal atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

Penelitian ini adalah penelitian yang akan meneliti mengenai bagaimana opini mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau khususnya mahasiswa yang memiliki opini setelah melihat postingan akun @fchkautsar. Aktivitas komunikasi dalam penelitian ini merujuk pada komunikasi media massa. Proses penelitian tentang opini mahasiswa pada postingan akun @fchkautsar ini diperlukan teori-teori yang memadai dan mendukung diantaranya:

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Fiske, (2012: 1) menjelaskan bahwa komunikasi salah satu aktivitas manusia dan suatu poin yang selalu di perbincangkan sehingga kata komunikasi memiliki arti yang banyak. Komunikasi memiliki bermacam defenisi dan rujukan yang tak terhingga seperti : penyebaran informasi, radio, kritis sastra, saling berbicara satu sama lain dan masih banyak lagi. hal ini merupakan salah satu permasalahan yang sedang dihadapi oleh para akademis tentang bidang keilmuan komunikasi : Dapatkah kita menerapkan istilah” sebuah subjek kajian ilmu” atas suatu yang sangat beragam dan memiliki banyak manusia? Keraguan di balik

pertanyaan seperti ini mungkin akan menghadirkan pandangan bahwa komunikasi bukan merupakan subjek dalam pengertian akademik normal, namun sebuah bidang ilmu yang *multidisipliner*.

Cangara, (2016:19) mengatakan bahwa salah satu persoalan dalam memberi pengertian atau makna dari komunikasi, yaitu banyaknya makna yang dibuat oleh para ahli menurut bidang ilmunya masing-masing. Hal ini disebabkan oleh banyaknya disiplin ilmu yang telah memberi masukan terhadap perkembangan ilmu komunikasi, contohnya psikologi, antropologi, ilmu manajemen, matematika, ilmu elektronika, dan sebagainya. Jadi, pengertian dan makna komunikasi itu sangat kompleks. Ada makna yang panjang dan ada juga makna yang singkat, ada yang sederhana dan adapula yang kompleks. Demikian pula apa yang di tekankan dalam defenisi yang dibuat para ahli kadang berbeda satu sama lainnya. Misalnya, para ahli filsafat memberi pengertian atau defenisi dengan menekankan aspek arti (*meaning*) dan signifikasi pesan, kalangan psikolog melihat hubungan sebab akibat dari komunikasi dalam hubungannya dengan individu, para pakar sosiologi dan antropologi melihat bagaimana komunikasi digunakan dalam *Konteks* masyarakat dan budaya, para pakar ilmu politik melihat komunikasi dalam kaitannya dengan pengaruh yang ditimbulkannya terhadap masalah-masalah pemerintahan, para insinyur elektronika melihat bagaimana metode mengirim pesan-pesan melalui arus listrik.

Komunikasi memegang peran terpenting bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi di kehidupan sehari-hari. Di dalam sebuah komunikasi proses penyampaian pesan dan timbal balik merupakan hal yang diharapkan,

untuk mencapai tujuan yang dimaksud dalam berkomunikasi. Komunikasi berasal dari bahasa latin *cum* yang berarti bersama dengan, dan *unus* yaitu kata bilangan yang berarti satu. Dari kedua kata itu terbentuk kata benda *cummunio* yang dalam bahasa Inggris menjadi *cummunion* yang berarti , persekutuan, gabungan, pergaulan, hubungan, kebersamaan, persatuan. Diperlukan usaha dan kerjasama dalam ber- *communio*, dari kata itu dibuat kata kerja *communicare* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, memberikan sebagian kepada seseorang, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-caka, bertukar pikiran, berhubungan, berteman. Kata kerja *communicare* itu pada akhirnya dijadikan *communicatio*, dalam bahasa Inggrisnya adalah *communication*, dan dalam bahasa Indonesia diserap menjadi komunikasi.

Wilburr Shramm mengatakan proses terjadinya komunikasi setidaknya paling sedikit harus memiliki tiga unsur komunikasi yaitu, komunikator, pesan dan komunikan. Menurut Effendy, (2011:11-18), proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu sebagai berikut :

1. Proses komunikasi primer, Pada tahapan awal, seorang komunikator menyandi(encode) pesan ataupun data yang akan di informasikan kepada komunikan. Pada sesi ini komunikator mentransisikan pikiran/ perasaan ke dalam lambang yang diperkirakan bisa dipahami oleh komunikan. Setelah itu komunikan mengawasandi(decode) pesan maupun data tersebut dimana komunikan menafsirkan lambang yang memiliki pikiran ataupun perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertiannya. Sehabis itu, komunikan bakal bereaksi(response) terhadap pesan tersebut serta membagikan umpan balik(feedback). Bila ada

umpan balik positif, komunikasi akan membagikan respon yang menyenangkan sehingga komunikasi berjalan mudah. Kebalikannya, bila ada umpan balik negatif, komunikasi membagikan respon yang tidak menyenangkan sehingga komunikator enggan melanjutkan komunikasinya. Dalam sesi umpan balik ini, ada transisi guna dimana komunikasi sebagai encoder dan komunikator sebagai decoder.

2. Proses komunikasi sekunder, merupakan lanjutan dari proses komunikasi primer dimana ada perlengkapan ataupun fasilitas selaku media kedua sehabis memakai lambang selaku media awal dalam penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang yang lain. Umumnya pemakaian perlengkapan ataupun fasilitas ini digunakan seorang dalam melancarkan komunikasi dimana komunikannya terletak relatif jauh ataupun berjumlah banyak. Terdapat sebagian contoh media kedua yang diartikan yang kerap digunakan dalam komunikasi, ialah telepon, pesan, pesan berita, radio, majalah, tv, serta banyak yang lain. Peranan media sekunder ini dilihat penting dalam proses komunikasi sebab bisa menghasilkan efisiensi dalam menggapai komunikasi. Contohnya merupakan pesan berita ataupun tv dimana media ini bisa menggapai komunikasi dengan jumlah yang sangat banyak dengan cuma mengantarkan suatu pesan satu kali saja. Tetapi kekurangan dari media sekunder ini merupakan keefektifan serta keefisienan penyebaran pesan- pesan yang bertabiat persuasif sebab kerangka acuan khalayak yang jadi sasaran komunikasinya tidak diketahui komunikator serta dalam prosesnya, umpan balik berlangsung tidak pada dikala itu yang dalam perihal ini disebut umpan balik tertunda (*delayed feedback*). Dalam proses komunikasi

secara sekunder, komunikator wajib memperhitungkan identitas ataupun sifat-sifat media yang digunakan dalam menata lambang- lambang yang hendak dirumuskan dari isi pesan komunikasi.

b. Unsur-unsur Komunikasi

Menurut Cangara, (2016:23), Dalam proses komunikasi terdapat tujuh unsur yang terkandung didalamnya yaitu :

1. Sumber (*source*)

Sumber ialah selaku pembentuk ataupun pengirim data. Sumber dapat terdiri dari satu orang, namun pula dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi, ataupun lembaga. Sumber diucap pengirim(*sender*), komunikator(*encoder*).

2. Pesan (*Message*)

Pesan merupakan hal- hal yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan ialah seperangkat symbol *verbal* ataupun simbol non *verbal* yang berisi ilham, perilaku, dan nilai dari pengirim(*sender*). Pesan mempunyai ketiga komponen, ialah :

a. Makna

b. Simbol yang digunakan dalam penyampaian arti,serta

c. Wujud ataupun organisasi pesan

3. Saluran (*Channel*)

Saluran merupakan perlengkapan ataupun wahana yang digunakan sumber ataupun sender buat mengantarkan pesan kepada penerima ataupun *receiver*.

4. Penerima (*receiver*).
5. Ialah pihak yang jadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima merupakan elemen berarti dalam proses komunikasi, sebab dialah yang jadi sasaran dari komunikasi.
6. Hambatan (*Barries*)
 Hambatan merupakan faktor-faktor yang menimbulkan terjadinya kesalahan dalam pemaksaan pesan yang pengirim (*sender*) yang disampaikan kepada penerima (*receiver*). Hambatan ini berasal dari kata pesan, saluran, serta pendengar. Terdapat sebagian teori yang memakai sebutan *derau* ataupun *noise* buat menyebut elemen pengganggu. *External noise* meliputi latar belakang pembicaraan, area serta teknis saluran, sedangkan *internal noise* meliputi aspek psikologi partisipan komunikasi ataupun aspek semantic, misalnya suatu kata yang memiliki ambiguitas. Hambatan komunikasi meliputi perbedaan anggapan, kasus Bahasa, kurang mencermati, perbandingan emosional, serta perbandingan latarbalik.
7. Asumsi (*Feedback*)

Asumsi merupakan respon ataupun respons pendengar atau komunikasi yang *sender* jalani. Asumsi dapat dalam wujud pendapat langsung, tertulis ataupun *polling*. Tanggapan mengendalikan aksi komunikasi kita. Asumsi negatif bisa berbentuk kritik penolakan, sebaliknya asumsi positif umumnya berbentuk pujian.

8. Lingkungan

Area ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Aspek ini dapat digolongkan atas 4 berbagai, ialah lingkungan fisik, area sosial budaya, area psikologis serta dimensi waktu.

c. Proses Komunikasi

Menurut Effendy, (2011:11-18), proses komunikasi pada dasarnya yaitu proses penyampaian pikiran atau perasaan Komunikator kepada komunikan.

Proses komunikasi ini dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer ialah proses penyampaian benak oleh komunikator kepada komunikan dengan memakai sesuatu lambang (simbol) selaku media atau saluran. Lambang selaku media primer dalam proses komunikasi merupakan bahasa, isyarat, foto, warna, serta lain sebagainya yang secara langsung sanggup “menerjemahkan” benak ataupun perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder ialah proses penyampaian pesan oleh seorang kepada orang lain dengan memakai perlengkapan ataupun fasilitas selaku media kedua sehabis mengenakan lambang selaku media awal. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya sebab komunikan selaku sasaran berada ditempat yang relatif jauh serta berjumlah banyak. Seperti pesan, telepon, pesan berita, majalah, radio, tv, film, internet, media sosial serta banyak lagi yang merupakan media kedua yang kerap digunakan dalam komunikasi. Dalam perihal ini bahasa pula dikira selaku media komunikasi. Perihal ini diakibatkan sebab bahasa sebagai lambang(*symbol*) beserta isi(*content*) ialah perasaan yang dibawahnya jadi keseluruhan pesan (*message*) yang nampak tidak bisa dipisahkan, seolah- olah tanpa bahasa manusia tidak bisa berbicara.

d. Tujuan Komunikasi

Menurut Bungin, (2014:35), tujuan komunikasi dibagi menjadi empat bagian yaitu :

1. Pergantian sikap

Aktivitas membagikan bermacam data pada masyarakat dengan tujuan biar warga berganti perilakunya. Misalnya dengan membagikan data menimpa hidupsehat tujuannya merupakan biar warga menjajaki polahidup sehat serta perilaku warga hendak positif terhadap polahidup sehat.

2. Pergantian komentar

Membagikan bermacam data pada warga tujuan kesimpulannya biar warga ingin berganti komentar dan persepsinya terhadap tujuan data itu di informasikan,

misalnya dalam data menimpa pemilu. Terutama data yang menimpa kebijakan pemerintah yang biasanya senantiasa menemukan tantangan dari warga hingga harus diiringi penyampaian data yang lengkap supaya komentar warga bisa dibangun buat mendukung kebijakan tersebut.

3. Pergantian sikap

Aktivitas membagikan bermacam data pada masyarakat dengan tujuan biar warga hendak berubah perilakunya. Misalnya dengan membagikan informasi menimpa hidup sehat tujuannya merupakan biar masyarakat menjajaki pola hidup serta perilaku warga hendak positif terhadap pola hidup sehat.

4. Pergantian sosial

Komunikasi membagikan bermacam data pada warga tujuan kesimpulannya biar warga mau menunjang serta turut dan terhadap tujuan data itu di informasikan. Misalnya biar warga turut dan dalam pemilihan suara pada pemilu ataupun turut dan dalam berperilaku sehat serta sebagainya.

e. Fungsi Komunikasi

Menurut (Lijan Poltak, 2016), fungsi komunikasi dibagi menjadi 4 fungsi antara lain : komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental. Keempat fungsi tersebut dapat kita lihat dibawah ini :

1. Fungsi komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu krusial buat membentuk konsep diri, kelangsungan hidup, kebahagiaan, & memupuk interaksi menggunakan orang lain.

2. Fungsi komunikasi ekspresif yaitu bisa dilakukan sendiri atau grup yang bertujuan buat mensugesti orang lain, tetapi bisa dilakukan sejauh komunikasi tadi sebagai instrument buat menyampaikan perasaan kita.
3. Fungsi komunikasi ritual yaitu umumnya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas tak jarang melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun, sepanjang hidup yg dianggap para antropolog menjadi *rites of passage*, mulai berdasarkan upacara kelahiran, sunatan, ulangtahun, pertunangan hingga pernikahan.
4. Fungsi komunikasi instrumental memberitahukan atau memperlihatkan mengandung muatan persuasif yang berarti pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta berita yang disampaikannya seksama & layak buat diketahui.

Berdasarkan penjelasan diatas, kesimpulan yang diperoleh yaitu bahwa komunikasi adalah sebuah hal penting dalam kehidupan dan aktivitas manusia, langkah dan gerak manusia juga termasuk bentuk komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah hal yang sangat dibutuhkan oleh manusia untuk mendapatkan dan mencapai tujuan yang diinginkannya.

2. Opini

a. Pengertian opini

Opini bagi Cutlip dan center dalam Ollie & Erlita, (2011: 39) merupakan statment tentang sikap yang menimpa permasalahan tertentu yang bersifat kontroversial. Opini mencuat selaku hasil pembicaraan tentang permasalahan yang kontroversial yang memunculkan komentar berbeda- beda. Opini adalah

serapan dari bahasa asing (*opinion*). Ialah asumsi ataupun jawabanterbuka terhadap sesuatu perkara yang dinyatakan bersumber pada kata- kata(*intangible*), baik dalam wujud opini tertulis ataupun lisan. Dapat pula sebagaisikap, perilaku tindak, pemikiran serta asumsi serta lain sebagainya.

Opini termasuk ke dalam komunikasi interpersonal, menurut Muhammad, (2011:159) “komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran informasi antara dua orang atau lebih yang dapat langsung diketahui reaksinya, begitu pula sebaliknya”.

Komunikasi Interpersonal juga berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan. Dan perubahan tersebut melalui interaksi dalam komunikasi, pihak – pihak yang terlibat untuk memberi inspirasi, semangat, dorongan agar dapat merubah pemikiran, perasaan dan sikap sesuai dengan topik yang dikaji bersama.

Komunikasi interpersonal dibandingkan dengan komunikasi lainnya, dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikan.

Opini bisa dinyatakan secara aktif serta pasif, *verbal* (lisan) serta baik secara terbuka dengan lewat ungkapan perkata yang bisa ditafsirkan dengan jelas, ataupun lewat opsi kata yang halus ataupun diungkapkan secara tidak langsung, serta bisa dimaksud secara konotatif ataupun persepsi (*personal*). Opini bisa dinyatakan lewat sikap, perilaku tindak, mimik muka ataupun bahasa badan (*body language*) ataupun berupa simbol- simbol tertulis.

Menurut R. P Abelson dalam Ruslan, (2018:66), bahwa guna memahami opini seorang, tidaklah masalah gampang sebab memiliki kaitan yang erat dengan:

- 1) Keyakinan menimpa suatu (*belief*).
- 2) Apa yang sesungguhnya dialami ataupun selaku perilakunya (*attitude*).
- 3) Persepsi (*perception*), ialah sesuatu proses membagikan arti, yang berakar dari sebagian aspek, ialah:
 - a) Latar belakang budaya, Kerutinan serta adat- istiadat yang dianut seorang ataupun warga.
 - b) Pengalaman masa kemudian seorang/ kelompok tertentu jadi landasan atas komentar ataupun pemikiran.
 - c) Nilai- nilai yang dianut (moral, etika, serta keagamaan yang dianut atau nilai- nilai yang berlaku di warga).

Berita- berita, serta pendapat- pendapat yang tumbuh yang kemudian memiliki pengaruh terhadap pemikiran seorang. dapat diartikan berita- berita yang diterbitkan itu bisa selaku pembuat opini warga.

b. Jenis-jenis Opini

Sikap seorang dengan perilakunya sangat erat kaitannya. Artinya sikap seorang yang banyak mempunyai pengaruh dari kehidupan sehari-hari. Menurut Effendy, guna mendapatkan kejelasan tentang opini publik butuh dikemukakan tentang jenis- jenis opini yang lain yang berkaitan dengan opini publik:

- 1) Opini Individu.

Opini orang ialah komentar seorang secara perorangan mengenai suatu yang terjalin dimasyarakat. Komentar itu dapat sepakat ataupun tidak sepakat.

2) Opini Pribadi.

Ialah komentar asli seorang menimpa sesuatu permasalahan sosial. Komentar seorang belum pasti ialah opininya individu, bisa jadi ia ambil alih opini orang lain diakibatkan dia menyetujuinya. Kemudian dalam suatu pergunjangan dikomunikasikannya kepada orang lain selaku opininya sendiri namun bukan opini pribadinya.

3) Opini Kelompok

Komentar kelompok menimpa permasalahan sosial yang menyangkut kepentingan banyak orang tercantum sekelompok orang tadi.

4) Opini Mayoritas

Komentar orang-orang paling banyak dari mereka yang berkaitan dengan suatu permasalahan yang pro ataupun kontra. Bisa jadi yang memiliki evaluasi lain. Umumnya terletak disuatu forum terbuka dalam wujud lembaga, misalnya parlemen sehingga dapat dihitung berapa jumlah yang pro serta kontra.

5) Opini Minoritas

Kebalikan dari opini kebanyakan. Opini minoritas merupakan komentar orang-orang relatif dalam jumlahnya sedikit dibanding jumlah mereka terpaut dengan sesuatu permasalahan sosial.

6) Opini Massa

Ialah sesi kelanjutan dari opini publik. Opini yang bertabiat massaini bergeser wujud jadi aksi raga.

7) Opini Umum

Komentar umum ialah komentar yang sama dari seluruh orang dalam sesuatu warga menimpa permasalahan yang menyangkut kepentingan umum. Dalam Soemirat & Ardianto, (2017:107).

c. Ciri-ciri opini

Opini publik merupakan pengumpulan citra yang diciptakan oleh proses komunikasi. Cerminan tentang suatu hendak memunculkan banyak tafsir para partisipan komunikasi. Rudi Panuju dalam Ollie and Erlita, (2011: 39) menegaskan perpindahan yang terjalin dalam opini publik diakibatkan oleh sebagian aspek:

1) Aspek Psikologis.

Tidak terdapat kesamaan antara orang yang satu dengan yang lain, yang adacuma kemiripan yang mempunyai banyak perbandingan. Perbandingan antarorang berbeda wujud serta metode merepon stimulus ataupun rangsangan yang menghampirinya. Perbandingan aspek psikologis menimbulkan pemaknaan terhadap realitas yang sama dapat menciptakan penyandian yang berbeda-beda.

2) Aspek Sosiologi Politik

- a) Opini publik menampilkan citra superioritas.
- b) Opini publik menampilkan keikutsertaan orang ke peristiwa tertentu.
- c) Opini publik berhubungan dengan citra, rencana, serta operasi(*action*)
- d) Opini publik cocok dengan keinginan orang banyak
- e) Opini publik identik dengan hegemoni ideologi

3) Aspek budaya

Budaya merupakan seperangkat nilai yang digunakan mengelola, memelihara hidupnya, melindungi dari kendala internal ataupun eksternal, dan meningkatkan kehidupan manusia. Nilai- nilai yang terhimpun dalam sitem budaya itu oleh orang dijadikan bukti diri sosialnya ataupun dijadikan identitas keanggotaannya dikomunitas budaya tertentu.

4) Aspek media masa

Interaksi antara media serta institusi warga menciptakan produk berbentuk isi medi a *media content*). Oleh *audience*, isi media diubah jadi gugusan- gugusan arti. Apakah yang dihasilkan dari proses penyandian pesan itu ditentukan oleh norma yang berlaku dalam masyarakatnya, penngalaman orang yang kemudian, karakter orang, dan selektivitas pengertian.

d. Identitas Opini

Astrid dalam Ollie dan Erlita, (2011: 39) melaporkan opini publik bersifatuniversal serta di informasikan oleh kelompok sosial secara kolektif serta tidak permanen. Sebutan“ publik” mengacu ke kelompok manusia yang berkumpulsecara otomatis dengan syarat- syarat:

- 1) Mengalami perkara tertentu
- 2) Berbeda opini menimpa perkara tertentu serta berupaya mengatasinya.
- 3) Mencari solusi jalan lewat dialog sebab tiap publik memiliki perkara yang menuntut atensi hingga dengan sendirinya terbentuk banyak publik.

e. Aspek munculnya opini

Bernard Hennesy dalam Ollie and Erlita, (2011 : 39) mengemukakan 5 faktor timbulnya komentar *universal* (opini publik):

- 1) Terdapat isu (*presence of an issue*). Wajib ada konsensus yangsebetulnya, opini publik berkumpul disekitar isu tertentu. Isu dapatdidefenisikan selaku suasana kontemporer yang bisa jadi tidak terdapatkonvensi. Sangat tidak terdapat unsur polemik tercantum didalamnyaserta isu memiliki konflik kontemporer.
- 2) Karakteristik publik (*nature of public*). Wajib terdapat kelompok yang diketahui danberkepentingan dengan perkara itu.
- 3) Opsi yang susah (*complex of prefences*). Aspek ini mengacu ke totalitasopini para anggota warga tentang sesuatu isu.
- 4) Statment opini (*expression of prefences*). Berbagai pernyataanbertumpuk disekitar isu tertentu. *Statment* umumnya di informasikan melalui perkata yang diucapkan ataupun dicetak serta sewaktu- waktu lewat gerakgerik, kepalan tinju, lambaian tangan serta tarikan nafas panjang.
- 5) Jumlah orang yang ikut serta (*number of persons involved*). Opini mensyaratkan besarnya msayarakat yang menyimpan atensi terhadap isu tertentu.

f. Fungsi opini

Tidak hanya berperan kekuatan dalam kehidupan bernegara opini publik jugamemiliki guna dalam kehidupan sosial serta orang. Sola dalam Arifin, (2011: 22) opini publik mempunyai 3 fungsi untuk seseorang ialah:

- 1) *The cognitive function*

Berarti opini publik membagikan penafsiran. Dengan terdapatnya penafsiran itu seorang bisa objektif dalam menjawab perkara ataupun permasalahan yang merebak dalam warga. Guna itu berarti sebab orang sebagai manusia kerap kali diliputi serta dipahami oleh watak curiga serta langsung berikan putusan saat sebelum menguasai betul sesuatu permasalahan.

2) *The identification function*

Berarti opini publik berperan memperkenalkan pendapat- pendapat yang merupakan konvensi kelompok serta individu- individu anggotanya. Perihal itu dicoba sebab orang cenderung buat berbuat sama denganyang dicoba oleh kelompoknya.

3) *The resolving of the internal function*

Berarti opini berperan buat membongkar perkara internal suatukelompok. Guna itu dibutuhkan buat menolong memecahkanketegangan individu- individu yang bergabung dalam sesuatu kelompok, antara lain dengan melaksanakan tugas antar sesama anggota kelompok.

3. Citra

a. Pengertian citra

Menurut Ardianto, (2011b : 35), Citra biasa dikenal juga sebagai *Image* yaitu merupakan gambaran yang ada didalam persepsi khalayak tentang perusahaan , menurut Siswanto Sutojo, Citra sebagai pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk perseorangan, benda atau organisasi. Citra sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan atau organisasi. Citra sebagai persepsi

masyarakat terhadap jati diri perusahaan atau organisasi. Persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui.

Menurut Soemirat & Ardianto, (2017:24), citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Pengertian citra ini kemudian disitir oleh (Soemirat & Ardianto, 2017) bahwa citra adalah dunia sekeliling kita yang memandang kita. Citra sudah seharusnya perlu di kontrol dan di ciptakan agar bernilai positif terhadap suatu organisasi. Citra merupakan sebuah aset penting dari sebuah organisasi maupun lembaga.

Citra merupakan sesuatu yang sifatnya tersirat dan juga abstrak. Hal ini dikarenakan citra berkaitan dengan ide, keyakinan, maupun kesan yang diperoleh dari sebuah objek tertentu baik dialami secara langsung maupun mendapat informasi dari sebuah sumber. Seperti menurut Ruslan, (2018:80), yaitu citra merupakan sekumpulan keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap sebuah objek tertentu.

Citra akan berkaitan dan melekat pada setiap organisasi maupun individu, proses pembentukan citra dan pemaknaan citra akan bergantung terhadap hasil tanggapan positif maupun negatif terhadap sebuah citra. Semua orang berhak untuk memaknai sebuah citra individu maupun organisasi.

Citra berupa kesan positif dapat berbentuk seperti dukungan, motivasi , ikut serta , peran aktif, serta langkah positif lainnya, dan citra dapat juga berupa kesan negatif yang berbentuk seperti penolakan, kebencian, permusuhan dan hal

negatif lainnya. hal ini tergantung bagaimana individu atau instansi dapat membangun citra yang baik di pandangan khalayak.

b. Jenis Citra

Menurut Ardianto, (2011a : 35) , citra yang akan peneliti gunakan yaitu: Citra yang berlaku (*Current Image*), Citra ini cenderung negatif. Serta citra ini berlaku tidak selamanya, bahkan jarang sesuai dengan kenyataan karna semata mata hanya terbentuk dari pengalaman orang-orang luar yang bersangkutan dan biasanya tidak memadai.

Berdasarkan poin diatas maka dapat diketahui bahwa citra suatu organisasi atau lembaga merupakan pandangan publik terhadap suatu organisasi atau lembaga itu sendiri.

c. Proses Pembentukan Citra

Supaya stimulus bisa dipersepsi oleh orang, stimulus tersebut wajib lumayan kuatnya. Dengan demikian, kekuatan stimulus hendak ikut memastikan dipersepsi ataupun tidaknya stimulus itu. Sehubungan dengan kekuatan stimulus, dapat dikemukakan kalau pada biasanya stimulus yang kuat lebih menguntungkan dalam kemungkinannya untuk direspon apabila dibanding dengan stimulus yang lemah. Misalnya: Pedagang yang menggunakan pengeras suara untuk menjual barang dagangannya.

1) Stimulus/ Rangsang

Menurut Djamal & Fachruddin, (2011:69) ,yaitu segala bentuk pesan yang disampaikan secara *verbal* maupun *non-verbal* yang dapat menimbulkan

reaksi atau respon tertentu, dalam hal ini individu juga memiliki pengaruh dalam munculnya sebuah respon. Apabila rangsangan stimulus yang diberikan baik maka akan berpengaruh bagi respon yang ditimbulkan

2) **Persepsi**

Dimaksud selaku hasil pengamatan terhadap sesuatu perihal, atau stimulus yang diberikan dengan sesuatu proses pemaknaan. Publik akan membagikan arti ataupun makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya tersebut keahlian mempersepsi seperti itu yang dapat melanjutkan proses pembuatan citra. Anggapan akan positif apabila informasi yang diberikan bisa memenuhi kognisi orang.

Menurut Desiderato dalam Rakhmat, Ibrahim & Soenendar, (2017:51) anggapan adalah pengalaman tentang obyek, kejadian, ataupun hubungan-hubungan yang diperoleh dengan merumuskan data serta menafsirkan pesan.

Masih menurut Desiderato dalam Rakhmat, Ibrahim & Soenendar, (2017:51), anggapan ialah membagikan arti pada stimuli indrawi. Ikatan sensasi dengan anggapan telah jelas, sensasi merupakan bagian dari anggapan. Walaupun begitu, menafsirkan arti data indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, namun pula atensi, ekspektasi, motivasi, serta memori.

3) **Kognitif**

Menurut Susanto, (2012:48), kognitif merupakan sebuah proses berpikir (*thinking*), yaitu kemampuan seseorang dalam menggabungkan, menilai, dan mempertimbangkan sebuah peristiwa.

Sedangkan menurut Woolfolk dalam Susanto, (2012:57), berpendapat bahwa kognitif merupakan kemampuan agar memperoleh dan menggunakan

pengetahuan dalam *problem solving* (pemecahan masalah) dan adaptasi dengan lingkungan.

Proses kognitif mencampurkan antara data yang diterima lewat indera badan manusia (stimulus) dengan data yang telah ditaruh di ingatan jangka panjang. Kedua data tersebut diolah di ingatan kerja yang berperan selaku tempat pemrosesan data.

Kapabilitas pengolahan ini dibatasi oleh kapasitas ingatan kerja serta faktor waktu. Proses berikutnya merupakan penerapan aksi yang sudah diseleksi. Tindakan dicoba mencakup proses kognitif serta proses raga dengan anggota badan manusia(jari, tangan, kaki, serta suara). Aksi bisa juga berbentuk aksi pasif, ialah melanjutkan pekerjaan yang sudah dilakukan tadinya.

Kepercayaan diri terhadap stimulus. Perihal ini mencuat apabila stimulus yang diberikan bisa dipahami. Hingga dari itu berkaitan dengan proses pembuatan citra, *public relation* wajib membagikan data yang bisa pengaruhi pertumbuhan kognisi publiknya.

Berdasarkan kutipan ahli diatas maka dapat diketahui bahwa proses pembentukan citra menunjukkan bagaimana stimulus (rangsang) yang berasal dari laur diorganisasikan dan mempengaruhi respon. Empat komponen persepsi, kognisi, motivasi, sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.

4. Sosial Media

a. Pengertian Sosial Media

Meike dan Young dalam Nasrullah, (2015: 3), media sosial diartikan sebagai penggabungan komunikasi personal yang memungkinkan penggunanya untuk saling berbagi antar satu individu dengan individu lainnya (*to be share one-to-one*) dan memungkinkan media public untuk membagikan informasi atau pesan apapun kepada siapapun tanpa ada kekhususan individu.

Media sosial merupakan *platform* media yang memiliki fokus pada eksistensi pengguna yang dapat memberikan fasilitas dalam berkerja sama ataupun beraktifitas. Karna itu media sosial disebut juga sebagai fasilitator *online* yang mempererat hubungan antar pengguna. Van Dijk dalam Nasrullah, (2015: 3).

b. Jenis-jenis media sosial

Nasrullah, (2015: 5), menjelaskan ada enam kategori dalam pembagian media sosial yaitu :

1) Media Jejaring Sosial (*social networking*)

Media jejaring sosial adalah sebuah sarana yang digunakan untuk menjalin hubungan sosial. Pada situs jejaring sosial setiap penggunanya dapat membangun jaringan pertemanan baik yang sudah ada maupun jaringan pertemanan baru. Contoh dari media jejaring sosial adalah Facebook.

2) Jurnal *online* (blog)

Blog adalah media sosial yang digunakan untuk mengunggah konten berupa aktifitas keseharian penggunanya. Blog juga dapat digunakan untuk saling berbagi pendapat tentang web atau informasi lainnya. Terdapat dua jenis blog,

yaitu *personal homepage* (pengguna menggunakan nama domain pribadi seperti .com) dan dengan menggunakan fasilitas yang disediakan oleh penyedia halaman.

3) Jurnal *online* sederhana atau *microblog*.

Microblog adalah sebuah media sosial yang dapat digunakan untuk menulis dan membagikan aktifitas dan opini nya kepada public. Contohnya seperti Twitter.

4) Media berbagi (*media sharing*)

Media berbagi adalah media sosial yang dapat digunakan untuk membagikan berbagai hal seperti dokumen, video, audio, gambar, dan bentuk media lainnya. Contohnya Youtube dan Flickr.

5) Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial adalah media sosial yang digunakan untuk menyimpan, mengkategorikan, mengelola, dan mencari informasi tertentu secara *online*. Contohnya LintasMe.

6) Media konten bersama atau *wiki*

Wiki merupakan media sosial berbentuk situs yang berisi informasi dari hasil kolaborasi dari para penggunanya. Informasi yang tercantum pada Wiki dapat berupa sejarah, pengertian, atau rujukan dari buku.

c. Karakteristik Media Sosial

Masih menurut Nasrullah, (2015: 5), Karakteristik media sosial ini dibagi menjadi enam poin yakni :

1) Jaringan (*network*)

Jaringan merupakan penghubung antara komputer dengan perangkat perangkat keras lainnya agar komunikasi dan perpindahan data dapat terjadi.

2) Informasi (*information*)

Informasi membantu pengguna media sosial dalam mengekspresikan dirinya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi dengan sesama pengguna media sosial.

3) Arsip (*archive*)

Arsip merupakan penyimpanan informasi yang dapat diakses kembali dimanapun dan kapanpun.

4) Interaksi (*interactivity*)

Media sosial tidak hanya berfungsi untuk memperluas hubungan atau pengikut tetapi juga berinteraksi antar sesama pengguna.

5) Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Media sosial merupakan medium berlangsungnya kehidupan masyarakat (*society*) yang terjadi di dunia *virtual*.

6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Pada media sosial pengguna memiliki kendali penuh dalam pembuatan konten. Pengguna berperan aktif dalam pembuatan konten tidak seperti pada media lama.

5. Twitter

a. Pengertian Twitter

Menurut Nurhadi, (2017: 3), Twitter adalah salah satu media sosial yang digunakan untuk membagikan pengalaman, opini, atau aktivitas pribadinya kepada pengguna lainnya. Twitter hanya menyediakan ruang sebanyak 140 karakter untuk penggunanya membagikan pesan.

Nurhadi, (2017: 3) menjelaskan, twitter merupakan media sosial yang tergolong kedalam jenis mikroblog, maka pengguna Twitter untuk mengirim dan membaca pesan yang dikirim oleh pengguna lainnya. Pesan ini disebut juga dengan *tweets*.

Twitter merupakan layanan jejaring sosial serta mikroblogdaring yang memungkinkan penggunanya buat mengirim serta membaca pesan berbasis bacaan sampai 140 karakter, yang diketahui dengan istilah kicauan(tweet). Twitter dibentuk oleh seorang mahasiswa sarja di *New York University*, Jack Dorsey pada acara diskusi *Odeo*, dan web jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Semenjak diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari 10 web yang sangat kerap didatangi di Internet, serta dijuluki dengan“ pesan pendek dari Internet”.

Twitter yang ialah media sosial serta dikategorikan *selaku new media/* media alternatif merupakan suatu jaringan data yang terdiri dari pesan 140 karakter yang diucap tweet. Ini merupakan suatu metode baru yang gampang buat menciptakan kabar terkini ataupun apa yang sedang terjadi dan yang paling utama yang berkaitan dengan hal- hal yang Kamu gemari. Kata twitter secara harfiah berarti berkicau. Web ini memiliki konsep web mikro dalam penggunaannya.

Twitter mempunyai strategi pengembangan selaku berikut:

- 1) Mempromosikan perusahaan posting web lewat akun perusahaan.
- 2) Mengkomunikasikan permasalahan dorongan media sosial buat menunjang tim, serta mengadakan penilaian setelahnya.
- 3) Membangun reputasi.
- 4) Mempromosikan jaringan orang lain

b. Twitter Salah Satu Media Alternatif

Para pengguna twitter biasanya memberi tahu tiap aktivitasnya. Karna mereka merasa terbantu dengan terdapatnya hp yang terus mengalami peningkatan fitur. Fitur Twitter sendiri sudah bisa dinikmati lewat telepon genggam yang maksudnya terus menjadi tidak bisa lepas dari penggunaannya. Inilah yang membuat mereka tidak menyudahi memberi tahu aktivitasnya. Tidak sedikit apalagi yang lebih aktif di Twitter dibanding di pergaulan nyata.

Follower seakan jadi suatu kebanggaan tertentu untuk para penggunanya. Semakin banyak follower hingga hendak terus menjadi banyak yang bisa membaca aktivitasnya serta dapat mengomentari pula. Terus menjadi banyak pendapat dari followers ia merasa banyak yang memperhatikannya. Apalagi dikala ini generasi Z yang ialah generasi paling banyak sebagai pengguna media sosial ini, lebih banyak menghabiskan waktunya di depan pc, laptop, notebook serta smartphone buat berbicara dengan orang lain. Mereka sudah mengurangi intensitas pertemuan secara nyata serta merasa lebih sreg' berjumpa' sahabatnya di dunia sosial media yang mereka buat bersama.

Mayoritas dari pengguna tersebut dikala ini berumur sekolah SMA/ sederajat. Mereka ini dalam kajian psikologi tercantum dalam generasi Y serta Z. Generasi Y memiliki identitas melek teknologi baru. Kegiatan yang mereka jalani begitu bergantung dengan dunia digital. Mereka menggemari perihal yang praktis serta cenderung tidak sabar dengan proses rumit yang wajib dijalani kala menempuh suatu. Suatu survey pada kurang lebih 7000- an mahasiswa di Amerika oleh Reynol Junco serta Jeana Mastrodicasa(2007), terungkap kalau 97% sudah mempunyai komputer, 94% mempunyai ponsel, 76% telah memakai sarana *Instant Messaging*, 28% menulis web, 44% membaca web, 97% sempat mengunduh music lewat peer to peer_file sharing, 75% mempunyai akun Facebook, 60% memiliki bermacam- macam jenis portable musik/ video: semacam iPod.

Sebaliknya generasi Z diucap pula dengan Platinum Generation. Generasi ini lahir di masa keterbukaan telnologi, metode berpikir, berperilaku, dan terdapatnya fasilitas pembelajaran yang jauh lebih baik. Sebagian ciri universal dari Generasi Z antara lain merupakan:

- 1) Fasih Teknologi, mereka merupakan“ generasi digital” yang mahir serta gandrung hendak teknologi data serta berbagai aplikasi pc. Mereka bisa mengakses bermacam data yang mereka butuhkan secara gampang serta kilat, baik buat kepentingan pembelajaran ataupun kepentingan hidup kesehariannya.
- 2) Sosial, mereka sangat intens berbicara serta berhubungan dengan seluruh golongan, spesialnya dengan sahabat sebaya lewat bermacam web jejaring, semacam: Facebook, twitter, atau lewat SMS. Lewat media ini, mereka dapat

mengekspresikan apa yang dialami dan dipikirkannya secara otomatis. Mereka pula cenderung toleran dengan perbandingan kultur serta sangat hirau dengan sekitar.

3) *Multitasking*, mereka terbiasa dengan bermacam kegiatan dalam satu waktu yang bertepatan. Mereka dapat membaca, berdialog, menyaksikan, ataupun mendengarkan musik dalam waktu yang bertepatan. Mereka menginginkan seluruh sesuatunya bisa dilakukan serta berjalan serba kilat. Mereka tidak menginginkan hal- hal yang bertele- tele serta rumit.

Jadi bisa dilihat kesinambungan antara perkembangan teknologi dengan para penggunanya yang kebanyakan tercantum dalam gen Z. Gen Z ini begitu tertarik menunjukkan eksistensi dirinya lewat situs- situs jejaring sosial di antaranya twitter. Dalam twitter hal- hal apapun apalagi yang bertabiat sepele serta bisa jadi harusnya jadi konsumsi individu, dirubah begitu saja menjadi konsumsi umum. Mereka merasa tiap yang terdapat di dirinya layak jadi atensi followernya.

Kecenderungan ini pasti mempunyai akibat positif serta negatif. Di antara akibat positifnya merupakan: 1) Meluasnya jaringan komunikasi serta pertemanan yang dipunyai sebab bisa menembus batas ruang serta waktu. 2) Mendesak diadakannya riset lebih lanjut selaku upaya memenuhi kebutuhan konsumen yang terus menjadi besar. 3) Menunjang kreativitas generasi masa depan.

Di antara akibat negatifnya merupakan: 1) Menipisnya keahlian membedakan antara yang mana individu dan umum. 2) Memunculkan konflik akibat kicauan yang tidak pada tempatnya dan menyinggung orang lain 3)

Menipisnya kemauan mereka buat berbicara secara raga dan melaksanakan kegiatan raga di luar

6. Analisa percakapan media sosial

Littlejohn & Foss, (2011:215) ,”Percakapan didefinisikan selaku suatu rangkaian interaksi dengan dini serta akhir, pergantian giliran yang jelas, serta sebagian iktikad ataupun tujuan. Analisis percakapan (CA—*Conversational Analysis*) ialah salah satu metodologi riset dalam cabang sosiologi yang diucap etnometodologi”.

Teori analisis percakapan ini berfungsi sebagai identifikasi bahwa dampak apa yang dihasilkan oleh postingan akun @fchkautsar ini, baik itu positif maupun negatif.

Littlejohn & Foss, (2011: 215) mengatakan bahwa suatu percakapan ditatap selaku pencapaian sosial sebab mewajibkan kitamelaksanakan suatu secara kooperatif lewat pembicaraan. Sebab itu, CA berupaya untuk menciptakan dengan pas pencapaian tersebut. Singkatnya, CA berfokus pada interaksi dalam wacana— gerak maju- mundur, pergantian giliran—dan bagaimana para pelaku menciptakan stabilitas serta pengaturan dalam pembicaraan mereka. Aspek yang sangat berarti dari percakapan merupakan koherensi obrolan(*conversational coherence*) ialah keterkaitan dan keberartian dalam percakapan

Blaikie, (2000: 72), mengklasifikasikan tujuan penelitian ke dalam beberapa jenis yaitu *exploration, description, explanation, undertastanding*, serta *prediction*. Riset analisis media sosial ialah tipe riset yang bertabiat deskriptif kuantitatif. Riset analisis media sosial tidak menguji ikatan antar varibel namun

berupaya untuk menggambarkan konsep ataupun variabel yang diteliti dengan bantuan data- data yang terdapat. Tata cara ini menggambarkan arus data yang membentuk suatu jaringan komunikasi antar pengguna media sosial. Tidak hanya itu,tata cara ini pula hendak memetakan jangkauan pesan, aktor- aktor yang ikut serta dalam jaringan komunikasi buat membicarakan, kedudukan tiap- tiap aktor, jumlah kelompok- kelompok yang tercipta akibat terdapatnya aliran arus data, serta juga tentang mengukur kekompakan jaringan kelompok yang tercipta dalam mediasosial.

Miliaran orang menghasilkan triliunan koneksi lewat media sosial tiap hari,tetapi cuma sedikit dari kita yang memikirkan bagaimana setiap orang dan kelompok membangun suatu ikatan yang secara totalitas membentuk jejaring sosial yang luas. Pengguna media sosial semacam email, web, microblog, dan wiki dengan bersemangat mengirim pesan individu ataupun publik, menyampaikan komentar yang sangat kuat, ataupun berkontribusi pada pengetahuan warga untuk meningkatkan pertemanan, mempromosikan peninggalan budaya, dan pengembangan suatu ikatan yang silih menguntungkan. Pengguna mediasosial yang tercipta dalam jaringan sosial berupaya untuk berbagi pengalaman serta membagikan masukan ataupun pendapat pada sahabat, orang sekitar, dan kolega serta mengekspresikan kreativitas.

Hasilnya, hendak tercipta jaringan koneksi yang kompleks serta luas antara orang dengan orang lain, dokumen, posisi, konsep, dan objek yang lain. Menurut Hansen & Shneiderman, (2011 : 3) ,media sosial ialah media baru yang berperan untuk mengumpulkan, menganalisis, memvisualisasikan, serta menciptakan

pengetahuan dari kumpulan ikatan yang tercipta dari miliaran pesan, tautan, pos, suntingan, upload gambar serta video, pembahasan, serta saran. Sebab itu, media sosial ialah media dengan platform baru yang membentuk jaringan luas antar manusia dengan jalinan tidak kasat mata (*invisible*).

Salah satu keajaiban di era saat ini merupakan terdapatnya pertumbuhan dan pemakaian teknologi media sosial yang dapat menunjang interaksi sosial tanpa batasan serta langsung (*realtime*).

Teknologi media sosial sudah memunculkan carabaru yang radikal buat menunjang kebutuhan orang dalam menjalin pertemanan, bisnis, berpolitik, mencari hiburan, serta mengendalikan lingkungan sekitarnya. Jutaan orang saat ini tersambung secara lingkungan lewat media social semacam: E- mail, Web, Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, Line, Flickr, dan sebagainya. Dari waktu ke waktu, terus menjadi banyak orang mengakses aplikasi ini dengan memakai fitur seluler yang bertujuan menyebarkan isi pesan dari satu posisi ke posisi lain secara langsung (*realtime*).

Hansen & Shneiderman, (2011: 3) menjelaskan bahwa media sosial pada hakatnya ialah seperangkat perlengkapan yang berbasis teknologi internet yang dapat menunjang interaksi sosial secara langsung (*realtime*). Berbeda dengan media tradisional semacam radio, pesan berita, majalah, serta televisi yang berperan selaku media buat mengirimkan pesan pada khalayak luas tetapi tidak membagikan sarana buat membagikan reaksi pada khalayak untuk mendiskusikan pesan yang dikirim. Berbeda dengan media sosial, dimana pengirim serta penerima pesan bisa mendiskusikan pesan yang terkirim secara

langsung (*realtime*). Secara produk teknologi, media sosial bisa memunculkan tipe interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial tadinya. Jika media tradisional tidak membagikan fasilitas untuk merespon pesan secara langsung hingga media sosial membagikan fasilitas baru pada pengguna untuk bertukar data serta berdiskusi secara langsung. Orang yang terjalin pada media sosial secara leluasa saling bertukar data, ide, dan gagasan.

Secara *intent* serta berkepanjangan, orang yang ikut serta dalam media sosial hendak melakukan sebagian aksi semacam: *posting*, *share*, *comment*, *commentocomment* yang menyangkut bermacam isu ataupun kejadian sosial, politik, ekonomi, serta sebagainya yang terdapat di lingkungannya.

Menurut Alyusi, (2016: 6) Teknologi media sosial sudah menghasilkan wujud komunitas social baru yang bersifat maya. Berbeda dengan komunitas sosial di dunia nyata yang dapat melaksanakan pertemuan serta perkumpulan dengan terlebih dulu membuat janji buat memastikan waktu serta tempatnya, namun di dunia maya (media sosial) tiap orang bisa“ berjumpa” dengan orang lain dengan sangat gampang, kapanpun, serta dimanapun.

Umumnya komunitas ini menggunakan web, facebook, Instagram, web, twitter selaku fasilitas buat berbagi data, komentar, ide, produk, ataupun hanya membangun kedekatan pertemanan. Interaksi sosial yang terjalin di media sosial terbangun sebab terdapatnya pola interaksi yang timbalbalik serta saling menguntungkan yang dibentuk atas kepercayaan, komitmen, nilai, serta norma sosial yang kokoh diantara partisipan media sosial. Tidak hanya itu, setiap partisipan media sosial secara sukarela ingin mengaitkan diri dalam jaringan

social serta tidak ada keterpaksaan. Dengan demikian seluruh unsur- unsur yang meliputi keyakinan, norma, nilai, serta prinsip sukarela ialah pondasi utama yang berkaitan dengan modal sosial. Dengan terdapatnya komunitas yang terjalin dalam media sosial hingga arus data jadi lebih efisien lewat komunitas-komunitas tertentu.

Akibat dalam teknologi media berbasis internet sudah memberikan peluang baru untuk ahli- ahli komunikasi untuk memetakan jaringan sosial secara rinci yang tadinya tidak sempat terdata. Struktur lingkungan yang timbul dari ikatan sosial saat ini bisa dipelajari dengan program pc serta petagrafis yang menggunakan analisis jaringan sosial buat menguak aktor- aktor yang terjalin dalam media sosial, kekompakan jaringan komunikasi yang tercipta, apalagi kita bisa mengatakan siapa saja yang jadi selebritis media sosial serta isu- isu apa saja yang dibicarakannya.

Ilmu jaringan berfokus pada riset tentang pola jaringan yang tercipta karena keterhubungan antara orang yang satu dengan orang yang lain dalam kehidupan warga sosial. Selaku makhluk sosial, seorang tidak bisa hidup sendiri. Seorang memerlukan kontak ataupun kedekatan dengan pihak lain dengan tujuan tertentu. Seorang melaksanakan ikatan sosial dengan motif tertentu semacam : meminjam novel, mencari data pekerjaan, menaikkan pertemanan, atau sekedar menguatkan hubungan sosial yang suah terjalin tadinya.

Ikatan sosial yang awal mulanya terbatas pada wiyah teretntu jadi lebih luas sebab kedatangan internet. Internet sudah mendekatkan individu yang jauh menjadi satu kesatuan jaringan yang bersifat maya.

Selaku pengguna media sosial (facebook, Instagram, Twitter, dll) sudah terkoneksi dengan jutaan anggota jaringan yang dihubungkan lewat internet. Umumnya hanya sedikit orang dalam jaringan yang kita tahu, selebihnya banyak yang tidak kita tahu. Walaupun demikian, bukan berarti kita tidak dapat menjalakan kedekatan dengan banyak yang kita tidak tahu, sebab internet pada hakekatnya membagikan saluran pada kita buat menjalin ikatan dengan banyak orang asalkan orang tersebut selaku anggota jaringan difacebook, instagram, twitter, email serta sebagainya.

Pemakaian media sosial sudah menghasilkan arus data dari pengguna pada pengguna yang lain. Aliran arus data yang berbentuk *comment*, *like*, *commenttocomment*, *share* sudah membentuk struktur jaringan sosial yang bersifat virtual.

Littlejohn & Foss, (2009: 16) “Jaringan sosial merupakan suatu struktur sosial yang terbentuk lewat komunikasi antara perseorangan serta kelompok. Bila seorang berbicara dengan orang lain, maka sebuah jaringan tercipta. Ini merupakan suatu jaringan komunikasi dalam jaringan sosial terkecil”.

Jaringan ialah sesuatu struktur sosial yang dibangun dari simpul- simpul (yang biasanya merupakan orang ataupun organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih jenis relasi khusus semacam nilai, visi, ide, sahabat, generasi, serta lainnya (Barnes, 1969: 7). Oleh karena itu, siapa yang sukses memegang kuasa dalam komunikasi di sesuatu jaringan, orang seperti itu yang memegang kendali atas komunikasi yang terdapat di jaringan tersebut.

Menurut Littlejohn & Foss, (2009: 16), struktur yang sangat mendasar dari teori jaringan sosial merupakan “keterkaitan”.Orang- orang yang saling berbicara hendak membentuk sesuatu jaringan, serta jikaberbicara dengan orang lain di luar jaringan itu secara otomatis akan membuat jaringan sosial yang baru lagi .

Menurut Cain, (2008: 1), perangkat lunak semacam Facebook, Instagram, Twitter serta My Space mendesak orang untuk menghasilkan ide- ide, komentar ataupun pemikirannya, berkomunikasi dengan orang lain dengan atensi serta kesukaan yang seragam, bahkanbisa memilah orang maupun tokoh yang disukainya serta membentuk kelompok-kelompok kecil yang hubungannya sangat dekat, membentuk tim dialog, bahkan jadi fasilitas buat memperkenalkan diri kepada dunia luar serta pula sebagai ajang buat mendapatkan popularitas. Seluruh wujud komunikasi itu dilakukan dalam media online

Wood & Smith, (2005: 45) mengatakan, ada sebagian variable yang digunakan buat menciptakan identitas online ialah *vividness* serta *interctivity*. Identitas online yang di informasikan secara tidak berubah- ubah bisa membuahkan kesadaran. Begitu pula dengan keterbukaan akses yang hendak dikatakan bisa menjadikan seseorang “*social*”. Demikian pula aktivitas- aktivitas seseorang yang dilakukan seorang di media online, hendak mendorong terbentuknya interaksi yang pasti akan menghasilkan pemahaman serta persepsi.

Media sosial dianalogikan selaku kelompok sosial yang bersifat virtual dimana antar pengguna terikat dalam suatu wujud jaringan. Dengan demikian buat memandang daya guna suatu pesan wajib dilihat bagaimana interaksi antar anggota pengguna media sosial dalam membicarakan ataupun mendiskusikan

suatu pesan yang terkirim dalam suatu media sosial. Media sosial dapat dikatakan efisien apabila segala anggota media sosial berpartisipasi aktif dalam mendiskusikan suatu pesan yang ada. Dengan adanya partisipasi diantara anggota media sosial yang berbentuk *comment*, *commenttocomment*, *like*, *liketocomment* serta *share* hingga terbentuklah struktur jaringan sosial.

Bagi Weick serta Taylor dalam Littlejohn & Foss, (2009: 16), suatu teori jaringan menampilkan kalau pola- pola komunikasi hendak berkembang seiring berjalannya waktu.

Salah satu metode untuk memandang susunan jaringan media sosial yaitu dengan menguji pola- pola interaksi yang terjadi sehingga bisa memandang gambaran siapa yang melakukan komunikasi dengan siapa. Karena tidak terdapat seseorang juga yang berbicara dengan sama ke seluruh anggota media sosial, hingga akan tampak kelompok- kelompok ikatan komunikasi yang saling terhubung untuk membentuk totalitas dalam jaringan yang terjalin dalam media sosial.

Menurut Suratnoaji, Nurhadi & Candrasari, (2019: 53), Bentuk analisa media sosial saat ini cukup kompleks, maka pemahaman metode analisa media sosial ini menggunakan 3 analisa yaitu :

a. Analisis Media

Analisis media ialah tahapan awal dari suatu penilaian ataupun analisis untuk mengukur kinerja suatu akun ataupun individu di media sosial. Analisis

media sosial terdiri dari 3 aspek analisis utama ialah *reach*, *engagement*, serta *virality*. *Reach* mengukur jangkauan pesan media sosial terhadap audiens, contohnya jumlah fans ataupun followers, total *views/ uniqueviews* dan data tentang demografi ataupun sikap dari audiens yang diterpa pesan media sosial.

Setelah itu aspek kedua merupakan *engagement*. Aspek ini berupaya untuk mengukur seberapa besar kegiatan pengguna yang memproduksi konten serta juga mengukur seberapa banyak konten tersebut memperoleh *feedback* dari pengguna media sosial.

b. Analisis Percakapan (*Conversation Analysis*)

Tahapan analisis ini masih kerap kali ditinggalkan sebab ketidak tahuan atau teknologi yang belum mencukupi. Contohnya semacam terdapat suatu akun brand di sosial media yang mempunyai banyak fans ataupun followers serta mempunyai jumlah *mentions* yang sangat banyak masing- masing harinya. Tetapi pernahkah memandang kalau dari sekian banyak retweet, comments, mentions yang masuk tersebut berdialog tentang apa serta bagaimana *tone-* nya? Analisis pada tahapan ini berupaya buat memahami perkata yang sangat kerap digunakan oleh *audiens* kala berusaha berbicara dengan pengguna yang lain. Setelah itu, isu-isu yang menjadi atensi antara lain: banyaknya tweet di akun media sosial. Tidak cuma berhenti di sana, dibutuhkan mengukur dengan analisis sentiment. Dengan 3 gejala tone positif, netral, serta negatif, berupaya menguasai emosi dari konsumen dengan 3 tolak ukur tersebut. Dapat saja kehadirannya di media sosial cuma selaku pelampiasan dari kekecewaan dari pelanggan yang tidak puas.

Hal terakhir dari analisis tahapan ini merupakan memakai pisau analisis digital etnografi. Analisis ini berupa kualitatif serta hasil analisisnya juga berupa narasi/ kata - kata yang hendak menarangkan gimana keunikan dari anggapan atau opini pengguna media sosial terhadap tweet tersebut di sosial media.

c. Analisis Jaringan(*NetworkAnalysis*)

Salah satu tujuan branding tentang personal serta suatu produk/ jasa di media sosial pada hakekatnya buat menghimpun suatu komunitas. Orang- orang pastinya cepat percaya bila yang memberitahukan kebaikan citra personal ataupun produk/ jasa merupakan sahabat, keluarga, ataupun tokoh warga yang dikagumi.

Untuk itu, analisis pada tahapan ini berdialog menimpa tentang sepanjang mana keberhasilan dalam mempengaruhi *influencer* serta jaringan pertemanannya di sosial media. Analisis jaringan dibutuhkan buat mengenali siapa saja orang-orang yang mempunyai pengaruh(*influence*) besar dalam suatu jaringan pertemanan. Orang yang mempengaruhi (*influencer*) tidak wajib artis, sebab dapat saja ia seseorang yang tidak sempat timbul di Televisi ataupun media massa lainnya tetapi sangat diketahui di media sosial. Orang mempengaruhi (*influencer*) pula bukan *buzzer* sebab sekarang audiens juga telah terus menjadi pintar kala seseorang *buzzer* mulai nge- tweet karena dibayar oleh pihak tertentu.

B. Defenisi Operasional

Berdasarkan judul dari penelitian yang akan dilakukan yaitu “Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi”. Maka variabel-variabel dari penelitian ini antara lain :

1. Opini adalah suatu ide, gagasan atau pendapat yang bersifat tidak fakta dan belum bisa dibuktikan kebenarannya, bisa saja opini seseorang berasal dari pengalaman pribadinya yang berbeda dengan fakta yang sebenarnya.
2. Citra yaitu bagaimana orang lain memandang diri kita, bisa juga disebut sebagai kesan orang lain terhadap kita, orang memiliki hak untuk memandang citra kita baik itu buruk maupun baik, tergantung diri kita sendiri yang membangun citra kita seperti apa.
3. *Current Image* (Citra yang Berlaku), merupakan citra yang terbentuk berdasarkan pengalaman – pengalaman orang dan biasanya jarang sesuai dengan kenyataan serta biasanya tidak memadai.
4. Twitter merupakan sebuah sosial media yang didalamnya memberikan fasilitas untuk menuangkan segala macam aktivitas kita, baik itu teks maupun gambar, seperti media sosial umumnya yang tidak memiliki batas, di twitter kita bebas ingin berpendapat apapun sehingga twitter salah satu sosial media yang cepat dalam menyebarkan isu-isu yang viral.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	Fauzi Syarief	Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter Sby)	Teks, Status atau postingan dapat menimbulkan berbagai opini publik sehingga harus bijak dan memperhatikan hal-hal yang sensitif dalam membuat teks, postingan ataupun status. (Syarief, 2017)
2	Christiany Juditha	Opini Publik Terhadap Kasus “KPK Lawan Polisi” dalam Media Sosial <i>Twitter</i>	Opini-opini pribadi pada Twitter ini dengan cepat saling mempengaruhi satu sama lain sehingga dapat membentuk satu kesamaan opini yang menggiring opini pribadi menjadi opini publik.(Juditha, 2014)
3	Awad Bin Muhammad Alkatiri, Zhafira Nadiah, Adinda Nada S.Nasution	Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal di Media Sosial Twitter.	menunjukkan bahwa cuitan dengan tagar #newnormalindonesia cenderung negatif dengan tidak mendukung adanya penerapan new normal.(BIN MUHAMMAD ALKATIRI, NADIAH and NASUTION, 2020)

Berikut peneliti memaparkan perbandingan antara penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu, antara lain :

1. Fauzi Syarief

Persamaan dengan penelitian ini adalah pada kasus yang diteliti, sama – sama melalui sebuah postingan dapat menimbulkan dan membentuk opini publik, media yang digunakan sama yaitu Twitter, kedua penelitian ini menggunakan metode kualitatif sedangkan perbedaan dari kedua penelitian yaitu, penelitian terdahulu tujuannya fokus untuk melihat manfaat Twitter dalam membentuk opini publik, sedangkan tujuan peneliti untuk mengetahui opini mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap citra polisi.

2. Christiany Juditha

Persamaan kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti opini publik dalam sebuah tweet yang viral, opini terbentuk atas isu yang viral di media sosial yaitu Twitter, sedangkan perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian peneliti menggunakan metode kualitatif.

3. Awad Bin Muhammad Alkatiri, Zhafira Nadiah, Adinda Nada S.Nasution

Persamaan kedua penelitian ini yaitu sama-sama membahas dan meneliti opini publik yang terbentuk dari sebuah permasalahan yang viral di twitter, sedangkan perbedaan penelitian ini terdapat pada analisis penelitian terdahulu menggunakan analisis kuantitatif sedangkan penelitian peneliti menggunakan analisis kualitatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berusaha memberikan gambaran terhadap keadaan yang terjadi, dikenal dengan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, (2016:9), metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode dalam penelitian yang digunakan untuk meneliti pada fakta kondisi objek dan peneliti yang menjadi instrumen kunci.

Menurut Arikunto, (2011:309), bersumber pada pendekatan serta jenis data yang dipakai, maka penelitian ini termasuk ke penelitian kualitatif dan akan menghasilkan data deskriptif. Data yang dianalisa tidak berbentuk angka-angka melainkan berbentuk deskriptif.

Secara deskriptif, Kirk dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya Moeleong, (2018:4)

Pendekatan kualitatif merupakan sesuatu proses riset serta uraian yang bersumber pada pada metodologi yang menyelidiki sesuatu fenomena sosial serta permasalahan sosial. Pendekatan kualitatif, tidak bermula dari teori, namun bermula dari fenomena realitas.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan data terkait status sesuatu indikasi yang ada, yaitu indikasi menurut apa adanya pada saat penelitian

sedang dilakukan , oleh sebab itu, penelitian kualitatif mampu menguak fenomena-fenomena yang terdapat pada suatu subjek yang akan diteliti secara mendalam

B. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah manusia sebagai instrumen pendukung dari penelitian yang akan dilakukan. Berkaitan dengan fokus penelusuran data dan bukti-bukti secara faktual, dapat berupa data wawancara, reaksi, dan tanggapan atau keterangan Moeleong, (2018:158).

Menurut Sugiyono, (2016: 218-219), ia menyatakan bahwa teknik *sampling* yaitu teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu *sampling probabilistik* dan *nonprobabilistik*. *Sampling probabilistik* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen (anggota) populasi terpilih sebagai sampel. Sedangkan pengambilan sampel *non-probabilistik* adalah teknik pengambilan sampel yang juga tidak memberikan peluang kesempatan yang sama untuk setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel *nonprobability sampling* yaitu *snowball sampling*, *snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang awalnya kecil kemudian membesar. Peneliti memilih *snowball sampling*, karena dalam penentuan sampel, peneliti terlebih dahulu menentukan hanya satu atau dua orang, tetapi karena data yang diperoleh terasa belum lengkap, peneliti mencari orang lain untuk melengkapi data.

Untuk menentukan siapa saja yang akan menjadi informan. Peneliti memilih informan kunci (*key informan*) untuk merekomendasikan siapa saja yang bisa diwawancarai. Dan informan yang khusus dipilih peneliti dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti yakni :

- a. Informan adalah mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam.
- b. Mahasiswa aktif yang melihat postingan “Polisi Se-Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih?”.
- c. Mahasiswa Menanggapi dan ikut memberikan komentar di postingan akun @fchkautsar.
- d. Memiliki pengalaman berurusan dengan Polisi dan Satpam BCA
- e. Mahasiswa pengguna aktif akun Twitter minimal pernah membuat satu postingan pada akun twitternya.

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah, citra polisi setelah postingan yang viral diunggah oleh akun @fchkautsar, banyak opini yang ditimbulkan oleh postingan ini, baik pro, kontra dan juga netral.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di fakultas Ilmu Komunikasi disebuah perguruan tinggi yang berkedudukan di Pekanbaru yaitu Universitas Islam Riau. Fakultas ini merupakan fakultas ke-sembilan di lingkungan Universitas Islam Riau yang berdiri pada tanggal 29 juni 2009 berdasarkan

SK Direktur Jenderal Departemen Pendidikan Nasional tahun 2009. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau ini beralamat di Jl. Karya I No.184, Simpangtiga, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau dengan kode pos 28284.

2. Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan dan Minggu Ke																Ket
		November 2021				Desember 2021				Feb-Mei 2022				Juli-Agustus 2022				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan Penyusunan UP																	
2	Seminar UP																	
3	Penelitian Lapangan																	
4	Pengolahan dan Analisis Data																	
5	Konsultasi Bimbingan Skripsi																	
6	Ujian Skripsi																	
7	Revisi dan Pengesahan Skripsi Pengandaan Serta Penyerahan																	
8	Penjilidan																	

Tabel 3. 1 Tabel Prakira Skripsi

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdapat dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Data primer dari penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara terhadap mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau agar informasi yang didapatkan akurat sesuai dengan opini mahasiswa terhadap citra polisi.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku-buku para ahli, jurnal, skripsi, dan internet terutama pada isi komentar narasumber yang ada di postingan akun @fchkautsar..

E. Teknik pengumpulan data

Dalam mendapatkan data yang akan dibutuhkan maka dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Wawancara

Menurut Sugiyono, (2016:194), wawancara merupakan sebuah teknik untuk mengumpulkan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan guna menemukan permasalahan yang berkaitan dengan penelitian, dan juga bila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit.

Wawancara dilakukan kepada informan dengan menggunakan alat perekam, peneliti akan meminta ijin terlebih dahulu agar bersedia untuk diwawancarai dengan alat perekam untuk memperoleh hasil wawancara yang akurat dan agar tidak kehilangan informasi. Sebelum mengajukan pertanyaan, peneliti menjelaskan terlebih dahulu mengenai permasalahan penelitian dan pedoman yang dilakukan selama kegiatan wawancara berlangsung. Peneliti selalu mengulang dan menegaskan kembali setiap jawaban dari informan untuk menyesuaikan jawaban dengan pertanyaan yang diajukan mengenai opini mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap citra polisi. Hal ini untuk menjaga validitas data dan untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap. Pada penelitian wawancara ini dilakukan kepada 5 informan yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan peneliti antara lain Christian Andatan, Cindi Oktaviani, Nur Rohmatun Habibah, Tesa Gita Rinanda, dan terakhir yaitu Pardi Rambe yang dimana seluruh informan peneliti merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau angkatan 2018.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dari tempat penelitian, yaitu meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto wawancara dengan seluruh informan peneliti, dan data-data dari penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian.

Teknik pengumpulan data Observasi tidak dilakukan dikarenakan menurut peneliti, data dari Observasi tidak mempengaruhi dan menambah referensi peneliti dalam melakukan penelitian ini.

F. Teknik pemeriksaan keabsahan data

Data dalam penelitian kualitatif agar bisa dipertanggung jawabkan maka diperlukan uji keabsahan data. Hal ini dapat diuji menggunakan Triangulasi sebagai acuan untuk uji keabsahan data. Data yang terus dicek ulang bisa dilakukan sebelum atau sesudah data dianalisis oleh peneliti. Pemeriksaan menggunakan triangulasi bertujuan untuk meningkatkan rasa percaya dan ketepatan data. Adapun tiga strategi triangulasi data yaitu, triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu.

G. Teknik analisis data

Menurut Sugiyono, (2016:482), teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara terstruktur data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi, dengan cara mengkategorikan data yang diperoleh, menjabarkan dalam unit, melakukan sintesa, menyusun ke pola, dan memilah hal yang penting dan akan dipelajari, lalu membuat kesimpulan agar mudah dipahami baik untuk diri sendiri dan orang lain.

Sedangkan menurut Moeleong, (2018: 280-281), teknik analisis data merupakan suatu proses mengelompokkan lalu mengurutkan data ke dalam

sebuah pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Keakuratan data yang sudah dikumpulkan merupakan sebuah hal yang sangat penting, tetapi harus diketahui, jika sumber informasi berbeda maka akan mendapatkan informasi berbeda pula. Analisis data ini memerlukan sebuah usaha dan fokus serta fisik, tenaga dan pikiran sendiri. Selain menganalisis, peneliti juga perlu studi kepustakaan agar mengonfirmasi teori.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum *Tweet* @fchkautsar “ Polisi Se-Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih “

Hampir semua orang di Indonesia ini pernah berurusan dengan polisi, begitu pula seorang pria yang memiliki akun Twitter bernama @fchkautsar, ia mencurahkan keresahan hatinya melalui postingan yang berbunyi “ Polisi Se-Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih” di sebuah media sosial, yaitu Twitter. Twitter merupakan sebuah platform media sosial, pendirinya bernama Jack Dorsey, pada bulan maret tahun 2006 Jack Dorsey berhasil membuat Twitter dan bisa diakses pada bulan Juli. Tidak diragukan lagi popularitas media sosial yang satu ini, Twitter menjelma menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi dan dikenal dengan julukan “ pesan singkat dari internet”(Zukhrufillah, 2018).

Twitter dapat terjadi tidak luput dari penemuan- penemuan didalam bidang teknologi komunikasi yang terlebih dahulu dilakukan, seperti penemuan radio, TV hingga internet. Barners Lee pada tahun 1990 menemukan *world wide web* atau yang kita kenal sebagai www dan kemudian dijadikan acuan sehingga

peneliti lain dapat berusaha agar menemukan alternatif baru dalam berkomunikasi (Zukhrufillah, 2018).

Pada saat ini, media sosial banyak bermunculan dan diciptakan sehingga kita dapat berkomunikasi dengan individu lain tanpa memperdulikan sejauh apa dia berada. Media sosial tentu dapat diterima dengan baik oleh khalayak ramai sehingga faktor ini menyebabkan para peneliti memutuskan untuk mengembangkan lebih jauh lagi media sosial ini hingga sampai saat ini beragam media sosial yang dapat kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Twitter adalah sebuah media sosial *micro blog* yang menyediakan fasilitas bagi penggunanya untuk membagikan informasi ataupun berita dalam bentuk teks dengan batasan 140 karakter. Pengguna juga bisa membagikan informasi berisi gambar dan teks dengan batasan karakter yang sama. Unggahan tersebut biasa disebut dengan “*Tweet*” oleh penggunanya. Pengguna Twitter juga bisa memberikan komentar, suka, dan membagikan unggahan pengguna lainnya.

Unggahan dalam Twitter ini sangat mudah untuk disebarluaskan atau dapat dilihat oleh khalayak ramai, baik yang *follow* akun tersebut maupun tidak *follow* akun tersebut. unggahan ini dapat dicari menggunakan *Hastag* ataupun *Keyword* yang bisa ditulis di *Search Bar*, hasil yang ditemukan apabila pengguna

mengetik sesuatu di *Search Bar* akan menemukan hasil yang lebih luas jangkauannya tetapi masih berkaitan dengan apa yang pengguna tulis di dalam kotak *search bar* tersebut, postingan teratas yang berkaitan dengan apa yang di tulis di *search bar* tadi akan muncul apa bila postingan tersebut memiliki *insight* yang tinggi, seperti *like* yang banyak, dibagikan oleh pengguna lain dengan banyak kali dan juga komentar yang banyak.

Pada tanggal 13 Oktober 2021, sebuah *Tweet* yang di unggah oleh akun @fchkautsar mendadak viral yang berisi “Polisi Se –Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih” , *Tweet* ini mendapat balasan oleh pengguna Twitter lain sebanyak 3.382 kali balasan, 38.000 *re-tweet* ,dan 102.000 likes. Jika kita *search* dengan kata kunci “Polisi Se-Indonesia Bisa diganti satpam BCA aja gaksih?” maka akan muncul hasil tanggapan akun lain terhadap postingan @fchkautsar ini, membuktikan bahwa akun ini merupakan akun pertama yang memposting postingan viral ini. Akun @fchkautsar ini membagikan atas keluh kesahnya terhadap keramahan Polisi yang kalah oleh Satpam BCA, didalam komentar *Tweet* yang di unggah oleh @fchkautsar ini banyak terjadi pro dan kontra terhadap fenomena ini, ada yang setuju dan juga tidak.

2. Profil Informan

a. Christian Andatan

Christian Andatan merupakan seorang mahasiswa aktif fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Riau angkatan 2018, mahasiswa yang kerap dipanggil Ce ini berusia kurang lebih 23 tahun dan masih dalam tahap penyelesaian skripsinya, Ce merupakan mahasiswa semester 8, dalam kesehariannya, Ce ini termasuk seseorang yang banyak menghabiskan harinya dengan mengikuti kuliah dan bimbingan dalam mengerjakan skripsi.

Ce mengenal media sosial pertamanya yaitu Facebook, pada saat itu Ce masih duduk di kelas 6 SD, Ce adalah orang yang sering bermain komputer di sekitaran rumahnya atau yang biasa kita kenal dengan sebutan Warnet (Warung Internet), disanalah Ce mengenal media sosial pertamanya dan hingga saat ini Ce masih aktif bermain Facebook.

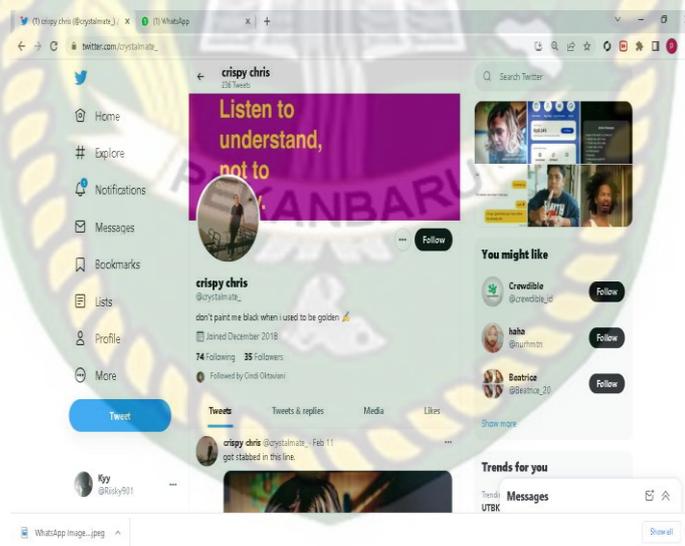
Saat ini Ce aktif dalam beberapa media sosial diantaranya, Facebook, Twitter, Tiktok, dan Instagram, dalam sehari, ia menghabiskan 4-5 jam untuk menggunakan media sosial dalam sehari, salah satu media sosial yang ia gunakan yaitu Twitter. Ce memiliki Twitter dengan *username* @crystalmate_.

Selain berkomunikasi dengan teman atau keluarga, Ce menggunakan Twitter ini untuk mencari hiburan dan juga mencari informasi apa saja yang menjadi *Trending Topic* untuk hari ini.

Menurut Ce Twitter ini menarik, karna ia merasa Twitter ini sangat berbeda dengan media sosial Tiktok dan Instagram, Twitter ini cakupannya sangat luas, jika kita mengetik *keyword* di *search bar*, maka akan muncul hasil teratas tentang *keyword* yang kita cari tadi, walaupun kita tidak *follow* akun tersebut, maka akan tetap muncul.

Informasi di Twitter lebih *update* daripada media sosial manapun, ini menjadi salah satu faktor yang membuat Ce senang menggunakan Twitter karna merasa lebih cepat mengetahui informasi yang sedang hangat.

Gambar 4. 1 Akun Twitter Christian Andatan



Sumber : <https://twitter.com/crystalmate> Diakses pada 10 April

2022

Gambar 2.1 adalah akun Twitter milik Christian. Pada halaman akunnya dapat dilihat Ce bergabung dengan Twitter sejak bulan

Desember 2018 hingga saat ini dan memiliki pengikut sebanyak 35 orang dan mengikuti sebanyak 74 orang.

Gambar 4. 2 Komentar Christian Andatan



(Sumber : *Screenshot* Komentar Christian Andatan)

Gambar 4.2 merupakan komentar dari Christian Andatan, bisa kita lihat Ce berkomentar “Parah sih”, komentar nya menurut peneliti masih belum tentu apa maksudnya, tetapi ketika peneliti melakukan wawancara secara langsung, maka peneliti mendapatkan opini Ce bahwa citra polisi itu kurang baik.

Peneliti mengenal Ce pertama kali pada saat awal masa ospek dan peneliti juga berada satu kelas pada saat semester satu, yaitu kami di kelas Fikom G. Peneliti memilih Ce menjadi sebagai informan karna menurut peneliti Ce masuk kedalam semua kriteria yang peneliti tentukan sebelumnya saat mencari informan.

Peneliti dan Ce tidak hanya akrab didalam waktu perkuliahan, tetapi akrab juga saat kegiatan diluar kampus seperti duduk dan berkumpul di *Coffeshop*. Saat berkumpul itulah peneliti dan Ce tidak sengaja membahas postingan “Polisi Se-Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih?”. Dan saat mengangkat judul ini peneliti kembali

bertanya kepada Ce apakah memiliki akun Twitter aktif, dan Ce memiliki sehingga peneliti memilih Ce sebagai informan.

Setelah Ce bersedia menjadi informan, lalu peneliti mengatur jadwal untuk wawancara dengan Ce pada tanggal 25 Mei 2022 di Ruang baca Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

Akses peneliti dengan Ce selama wawancara cukup mengalami kendala. Karena ketika peneliti menentukan jadwal pada tanggal 24 Mei 2022, Ce sedang sakit dan kondisinya tidak memungkinkan untuk di wawancara, maka peneliti memindahkan jadwal untuk wawancara.

Ce memiliki pengalaman dan pengetahuan yang baik tentang topik yang sedang diteliti, maka dari itu Ce menjawab dengan baik pertanyaan yang peneliti berikan tanpa kendala sama sekali.

b. Pardi Rambe

Pardi merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Pada saat ini kegiatan Pardi adalah ikut menjadi fotografer ditempat Pardi magang dulu dan juga sedang mengerjakan penelitian untuk bahan skripsinya. Disela kesibukannya Pardi aktif dalam menggunakan media sosial.

Media sosial yang sering dipakai Pardi yaitu Instagram, Twitter, dan Tiktok. Pertama kali Pardi mengenal media sosial pada saat Pardi di sekolah dasar, media sosial yang pertama kali digunakan Pardi yaitu Facebook. Pardi menghabiskan waktu 2-3 jam sehari dalam

menggunakan media sosial dikarenakan saat ini Pardi memiliki jadwal yang cukup padat dan mengurangi waktu untuk bermain media sosial.

Nama pengguna Twitter milik Pardi yaitu @Diway123 , ia menggunakan Twitter sebagai tempat untuk mengetahui hal – hal yang sedang viral dan *trending* di Twitter, dan juga Pardi juga sering menggunakan Twitter untuk melihat *content* yang berkaitan dengan *game PUBG*.

Gambar 4. 3 Akun Twitter Pardi Rambe



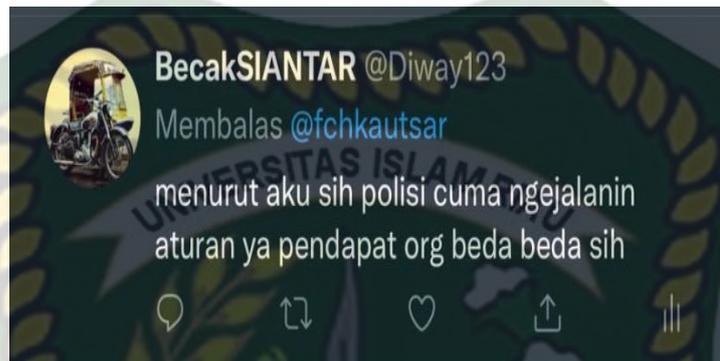
Sumber : <https://twitter.com/Diway123> Diakses pada 25 Mei 2022

Gambar 2.3 merupakan akun Twitter yang dimiliki oleh Pardi. Seperti yang terlihat di gambar bahwa Pardi bergabung dengan Twitter pada bulan oktober 2020 dan memiliki 1 pengikut dan 9 mengikuti.

Pertama kali peneliti bertemu Pardi yaitu pada saat peneliti dan Pardi satu kelas pada saat semester satu, peneliti dengan Pardi akrab baik dalam lingkungan kampus maupun diluar. Menurut peneliti,

Pardi merupakan informan yang sesuai dengan kriteria yang peneliti tentukan.

Gambar 4. 4 Komentar Pardi Rambe



(Sumber : *Screenshot* komentar Pardi Rambe)

Pada saat peneliti menanyakan apakah bersedia menjadi informan pada penelitian ini, dan senang hati Pardi bersedia. Maka pada tanggal 26 Mei 2022 peneliti bertemu dengan Pardi di lingkungan kampus untuk melakukan wawancara.

Akses peneliti ketika melakukan wawancara dengan Pardi terbilang tidak terlalu sulit, hanya saja kendalanya pada saat menentukan tanggal bertemu karena Pardi memiliki aktifitas di studio foto di tempat Pardi magang dahulu.

Pardi mengetahui postingan @fchkautsar tersebut, dan ia pun memiliki opininya tersendiri tentang masalah tersebut. Jadi, Pardi mampu memahami pertanyaan- pertanyaan yang peneliti berikan pada saat wawancara dan juga mampu menjawab dengan baik pertanyaan- pertanyaan tersebut.

c. Cindi Oktaviani

Cindi merupakan salah satu mahasiswi aktif di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Kegiatan Cindi sehari-hari yaitu melakukan penelitian guna menyelesaikan bahan skripsi yang saat ini sedang dikerjakan. Dalam kesehariannya, Cindi juga aktif menggunakan media sosial.

Media sosial yang digunakan Cindi dalam sehari-hari antara lain, Twitter, Instagram, dan Tiktok. Saat itu Cindi pertama kali mengenal media sosial Facebook pada saat Cindi masuk Sekolah Menengah Pertama, ia mengenal Facebook ini karna pada saat itu teman-teman kelasnya rata-rata telah menggunakan Facebook. Biasanya Cindi mengakses media sosial ini 4-5 jam perharinya, dan aktivitas menggunakan media sosial yang sangat *intens* biasanya pada malam hari sebelum tidur.

Tujuan pertama Cindi membuat akun Twitter hanya untuk melihat *update* dari *boyband Coboy Junior*, tetapi lama kelamaan Cindi menggunakan media sosialnya untuk mencari hiburan dan informasi serta berita yang sedang *viral*. Menurut Cindi, media sosial merupakan media yang sangat berguna dalam memberikan banyak informasi terkini.

Gambar 4. 5 Akun Twitter Cindi Oktaviani



Sumber : <https://twitter.com/cindioktaviani> Diakses pada 12 April
2022

Gambar 2.2 merupakan akun Twitter milik Cindi. Seperti yang tercantum di beranda akunnya bahwa ia bergabung dengan Twitter pada Februari 2012 dan aktif hingga saat ini dan memiliki 252 pengikut dan 202 mengikuti. Cindi merupakan teman sekelas peneliti pada semester pertama dalam kelas Fikom G.

Gambar 4. 6 Komentar Cindi Oktaviani



(Sumber : *Screenshot* Komentar Cindi Oktaviani)

Gambar 4.6 merupakan komentar dari Cindi terhadap postingan @fchkautsar ini, didalam komentarnya, komentar Cindi tidak ada mengandung opini baik terhadap Polisi atau Satpam BCA, setelah melakukan wawancara kepada Cindi, barulah peneliti memperoleh opini Cindi.

Peneliti juga akrab diluar kampus dengan Cindi, menurut peneliti Cindi sesuai dengan kriteria yang peneliti tentukan dalam mencari informan. Setelah berbincang dan menanyakan ketersediaan Cindi menjadi informan peneliti maka peneliti menentukan jadwal pada 24 Mei 2022 untuk melakukan wawancara dengan Cindi di lingkungan kampus.

Saat melakukan wawancara, akses peneliti dengan Cindi terbilang cukup mudah karena peneliti sering bertemu Cindi di lingkungan kampus karna Cindi sering di kampus untuk mengerjakan penelitiannya. Oleh sebab itu peneliti tidak mengalami kendala saat ingin melakukan wawancara dengan Cindi. Cindi cukup baik dalam memahami topik yang sedang diteliti karena Cindi juga ikut memberikan komentar di postingan akun @fchkautsar maka dari itu, Cindi menjawab dengan baik pertanyaan – pertanyaan yang peneliti berikan.

d. Nur Rohmatun Habibah

Bibah merupakan mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, saat ini Bibah aktif dalam menggunakan media sosial Instagram

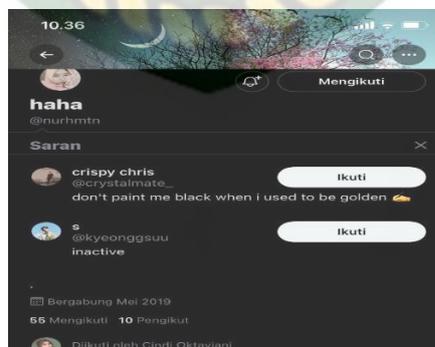
dan Twitter, dalam sehari Bibah menghabiskan waktu-4-5 jam sehari dalam mengakses media sosial tersebut.

Bibah menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan Bibah aktif dalam memposting keluh kesah serta cerita keseharian tentang kehidupannya di Twitter.

Bibah telah menggunakan media sosial sejak sekolah dasar, Facebook merupakan media sosial pertama yang dikenal Bibah. Lalu Bibah banyak mengenal media sosial, dan yang aktif saat ini digunakan hanya Instagram dan Twitter.

Bibah memiliki akun Twitter dengan nama pengguna @nurhmtn yang digunakannya untuk menceritakan hal-hal yang ada di kehidupannya, menurut Bibah, Twitter merupakan media sosial yang pas untuk membagikan hal-hal yang dialaminya sehari – hari baik sedih maupun senang tanpa peduli dengan pandangan orang lain.

Gambar 4. 7 Akun Twitter Nurhabibah



Sumber : <https://twitter.com/nurhmtn> Diakses pada 27 Mei 2022

Gambar 2.4 adalah akun Twitter milik Bibah. Seperti yang dilihat pada gambar bahwa Bibah bergabung dengan Twitter pada bulan Mei 2019 dan kini memiliki 10 pengikut dan 55 mengikuti.

Peneliti pertama kali bertemu bibah pada saat PKKMB tahun 2018, dimana peneliti dan Bibah merupakan teman kelompok yang dibentuk pada PKKMB tersebut, hingga peneliti dan Bibah berada di satu kelas yaitu kelas G.

Gambar 4. 8 Komentar Nurrohmatun Habibah



(Sumber : *Screenshot* Komentar Nurrohmatun Habibah)

Gambar 4.7 merupakan komentar yang diketik oleh mahasiswa yang kerap disapa Bibah ini, dalam komentarnya, ia berpendapat bahwa polisi kurang ramah dari pada satpam BCA.

Peneliti dan bibah hanya akrab di kampus, sangat jarang peneliti dan Bibah bertemu pada saat diluar kampus, tetapi komunikasi peneliti dan Bibah cukup baik di *Whatsapp* dengan tujuan menanyakan hal- hal yang berkaitan dengan kampus. Maka dari itu, peneliti menganggap Bibah cocok

menjadi informan dan menanyakan ketersediaan Bibah menjadi informan, dan Bibah bersedia menjadi informan peneliti.

Setelah menyatakan bersedia, Peneliti dan Bibah menjadwalkan wawancara pada tanggal 28 Mei 2022, akses peneliti untuk mengadakan wawancara cukup ada kendala, karna pada saat peneliti ingin melakukan wawancara, Bibah sedang berada dikampung halamannya dan peneliti melakukan wawancara melalui *video call Whatsapp*.

Walaupun melalui *Online*, Bibah mampu memahami pertanyaan – pertanyaan yang diberikan dan mampu menjawab dengan jawaban yang baik, dikarnakan Bibah juga ikut mengomentari postingan @fchkautsar ini.

e. Tesa Gita Rinanda

Tesa merupakan seorang mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Walaupun disibukkan dengan aktivitas sehari-harinya yang sedang mengerjakan skripsinya, Tesa masih tetap sempat menggunakan media sosial, saat ini Tesa aktif menggunakan Instagram dan Twitter.

Selain untuk mencari informasi, Tesa mengaku bahwa ia membuat Twitter karna ia ingin melihat aktifitas idola- idolanya yang berasal dari korea, karna menurut Tesa Twitter lebih cepat dalam *update* informasi tentang idolanya.

Tesa bisa menghabiskan waktu hampir seharian dalam mengakses Twitter apabila hari itu tidak ada kegiatan sama sekali, tetapi pada saat ada

aktifitas, maka Tesa hanya mengakses media sosial apabila dia sempat saja seperti waktu malam sebelum tidur.

Tesa memiliki akun dengan nama pengguna @justcallmetesa, tesa sering membagikan informasi yang berkaitan dengan idola koreanya tersebut, tetapi karna Tesa mengunci akun Twitternya, maka hanya pengguna yang mengikuti akun nya saja yang dapat mengakses unggahan-unggahan dari akun Tesa ini.

Gambar 4. 9 Akun Twitter Tesa



Sumber : <https://twitter.com/justcallmetesa> Diakses pada tanggal 27 Mei 2022

Gambar 2.5 merupakan akun Twitter milik Tesa, dimana pada gambar tersebut bahwa Tesa bergabung hampir 2 tahun dengan Twitter pada bulan Oktober 2020. Dan juga tesa memiliki 7 pengikut dan 24 mengikuti akun lain.

Gambar 4. 10 Komentar Tesa Gita Rinanda



(Sumber : *Screenshot* Komentar Tesa Gita Rinanda)

Gambar 4.10 merupakan komentar Tesa kepada postingan @fchkautsar, dalam komentarnya, Tesa mengatakan apakah kalau ditilang harus damai ditempat, setelah peneliti melakukan wawancara, peneliti memperoleh pendapat yang jelas terhadap opini Tesa ini.

Peneliti mengenal Tesa pertama kali pada saat PKKMB 2018, pada saat itu pertama kali peneliti bertanya- tanya seputar PKKMB melalui Whatsapp, dan ternyata peneliti saat itu satu kelas dengan Tesa pada semester satu. Hubungan peneliti dan Tesa cukup baik, karna peneliti sering bertukar informasi tentang kampus dengan Tesa.

Karna mengenal Tesa sudah cukup lama, peneliti menganggap Tesa merupakan orang yang cocok untuk menjadi informan, karna peneliti tau bagaimana Tesa saat sedang didalam kelas dan juga Tesa cocok dengan kriteria yang peneliti buat untuk mencari informan.

Setelah Tesa bersedia menjadi informan, maka peneliti menentukan jadwal untuk melakukan wawancara di lingkungan kampus, setelah mencocokkan jadwal yang lumayan lama, maka peneliti melakukan wawancara pada tanggal 28 Mei 2022.

Akses peneliti dengan Tesa terbilang cukup mudah, hanya saja susah mencocokkan tanggal untuk melakukan wawancara karna Tesa sibuk mengerjakan penelitiannya.

Dalam menjawab pertanyaan, Tesa cukup baik menjawab pertanyaan – pertanyaan yang peneliti berikan, hanya ada beberapa pertanyaan yang Tesa kurang paham dan ia menanyakan maksud pertanyaan tersebut dan mampu menjawab dengan baik.

Tabel 4. 1 Rekapitulasi Seluruh Profil Informan

NO	NAMA	MEDIA SOSIAL	UMUR	STATUS	AKSES
1.	Christian Andatan	Facebook, Twitter, Tiktok, dan Instagram	23 Tahun	Mahasiswa Universitas Islam Riau)	(Menengah
2.	Pardi Rambe	Instagram, Twitter, dan Tiktok	22 Tahun	Mahasiswa Universitas Islam Riau)	(Menengah
3.	Cindi Oktaviani	Twitter, Instagram, dan Tiktok	22 Tahun	Mahasiswa Universitas Islam Riau)	(Mudah
4.	Nur Rohmatun Habibah	Instagram dan Twitter	22 Tahun	Mahasiswa Universitas Islam Riau)	(Sulit
5.	Tesa Gita Rinanda	Instagram dan Twitter	21 Tahun	Mahasiswa Universitas Islam Riau)	(Menengah

Tabel merupakan rekapitulasi informan pada penelitian ini, yang mana pada tabel tersebut terdapat nama informan, media sosial yang dimiliki informan, umur para informan, dan bagaimana tingkat kesulitan akses peneliti kepada informan. Mudah berarti akses peneliti tidak ada kendala dalam melakukan wawancara kepada informan. Menengah, berarti akses peneliti kepada informan tidak terlalu sulit dan tidak terlalu mudah juga. Sulit berarti akses peneliti untuk melakukan wawancara kepada informan sulit.

B. Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menyajikan data dari hasil wawancara mendalam dan analisis hasil data yang telah peneliti peroleh lalu peneliti kaitkan dengan teori-teori yang mendukung mengenai penelitian yang sedang diteliti. Adapun penelitian yang peneliti kaji pada penelitian ini adalah Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Terhadap Citra Polisi.

Untuk mendapatkan data yang peneliti butuhkan, maka peneliti melakukan wawancara mendalam kepada 5 orang narasumber untuk memperoleh data yang *valid* dan relevan dengan opini mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap citra polisi pada postingan @fchkautsar di Twitter.

Setelah melakukan wawancara kepada 5 informan dan memperoleh data yang peneliti butuhkan, peneliti memperoleh hasil sekaligus dapat

menjawab rumusan masalah yang telah peneliti tentukan, maka Opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap citra Polisi yaitu, 4 dari 5 informan memberikan opini yang buruk terhadap citra polisi, dan 1 dari 5 informan peneliti mengatakan citra polisi itu baik, maka dari data diatas, diketahui bahwa citra polisi itu buruk, dalam segi pelayanan atau juga keramahan, berbanding terbalik dengan satpam BCA yang dikenal dengan keramahan serta juga pelayanannya.

a. Postingan “Polisi Se-Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih?”

Postingan viral ini di unggah oleh seorang pria yang memiliki akun dengan nama pengguna @fchkautsar, banyak yang mengunggah postingan yang hampir sama dengan @fchkautsar ini, setelah peneliti telusuri, postingan yang membahas polisi dan satpam BCA ini pertama kali diunggah oleh @fchkautsar ini berdasarkan data dari hasil *search bar* di Twitter, apa bila kita masukkan *keyword* “polisi se-indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih” maka akan muncul hasil berbagai tanggapan dari akun lain terhadap postingan @fchkautsar ini yang dimana membuktikan bahwa @fchkautsar merupakan orang yang pertama memposting cuitan ini hingga viral.

Dengan penelitian ini, peneliti bermaksud untuk melihat dan meneliti opini para mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap citra polisi atas unggahan “Polisi Se-Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih?”.

Untuk mendapatkan data yang mendukung penelitian ini, maka peneliti telah melakukan wawancara dengan 5 informan yang telah peneliti tentukan kriteria sebelumnya dan menurut peneliti semua informan ini telah cocok dengan kriteria yang peneliti tentukan.

Peneliti menanyakan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan hal ini, salah satunya adalah apakah anda memiliki pengalaman pribadi yang berurusan dengan polisi? Peneliti menerima berbagai macam jawaban mengenai pertanyaan ini. Seperti salah satunya yang dijelaskan oleh Christian Andatan :

“ Ya, saya pernah berurusan dengan polisi, pada saat itu, saya dan teman – teman saya sedang melakukan perjalanan untuk pergi liburan, kami mengendarai mobil yang menurut kami tidak memiliki kesalahanpun hingga ke surat-surat segala macam kami sudah bawa, namun kami ditilang saat dijalan tanpa diberitahu kesalahan yang kami lakukan itu apa”.

Pengalaman lainnya mengenai berurusan dengan polisi berasal dari Pardi Rambe yang memiliki pengalaman berbeda dengan Christian Andatan :

“ Saya pernah berurusan dengan polisi pada saat pengurusan SKCK, banyak orang yang dimarahin dan dibentak hingga tidak boleh masuk untuk mengurus SKCK karna mereka tidak mengikuti aturan pakaian yang ditentukan, saat saya masuk tidak ada sama sekali masalah karna saya memakai kemeja dan sepatu, menurut saya, kalau selama kita ikut peraturan maka polisi tidak akan semena-mena kepada kita, yang bermasalah itu paling Cuma oknum menurut saya, banyak kok polisi baik diluar sana yang mungkin kita tidak tahu saja”

Informan lainpun menceritakan pengalamannya saat berurusan dengan polisi, begini menurut Cindi Oktaviani :

“ Ya, pada saat itu saya kehilangan lalu saya mengurus surat kehilangan dari polisi, menurut saya pelayanannya kurang baik dan karna kurang ramah, saya jadi malas mau bertanya sesuatu kepada mereka.”

Pengalaman Nur Rohmatun Habibah berurusan dengan polisi :

“ Pada waktu itu saya kehilangan motor dan langsung saya melaporkan ke kantor kepolisian setempat tetapi kepolisian mencarinya dengan pergerakan yang lambat sekali, bahkan dari pertama saya melaporkan pelayanannya sangat lambat, lalu polisi pun meminta sejumlah uang dengan alasan untuk mengurus syarat-syarat pencaria, dan hingga saat ini motor saya belum ditemukan.”

Dan juga pengalaman Tesa Gita Rinanda :

“ Saya pernah kena tilang saat tidak menggunakan helm, memang kesalahan saya, tetapi saya terima, pada saat posisi itu saya tidak membawa duit yang cukup, dan saya meminta agar pengambilannya saat sidang saja, tetapi dengan nada kesal polisi tersebut memaksa saya untuk tetap membayar denda damai ditempat”

Tidak adil rasanya jika kita menilai hanya dari cerita pengalaman sebelah pihak, menurut peneliti harus dibandingkan pengalaman berurusan dengan polisi dan pengalaman dengan satpam BCA. Untuk itu, peneliti mengajukan pertanyaan “ Jelaskan secara singkat pengalaman anda berurusan dengan satpam BCA”. Peneliti menerima berbagai jawaban. Salah satunya menurut Christian Andatan :

“Ya, saya pernah berurusan dengan satpam BCA, pada saat itu saya bertanya bagaimana cara mengurus ATM BCA, satpam BCA ini menjelaskan secara detail dan ramah kepada saya, dan saya banyak bertanya tetapi satpam tersebut menjelaskan tanpa perasaan kesal sedikitpun”.

Begini menurut Pardi Rambe saat berurusan dengan Satpam BCA :

“ Saat itu kartu ATM BCA saya hilang, saya disuruh duduk dan saat itu posisinya antriannya sangat ramai, dan saat selesai dan keluar, dipintu keluar pak satpamnya minta maaf karna kelamaan nunggu antrian banyak yang sebenarnya itu bukan kesalahan satpamnya”.

Pengalaman Cindi Oktaviani yang kartu atmnya tertelan :

“Kejadiannya sore hari, saat mau ambil duit di atm, atm saya tertelan, dan saya panik soalnya sudah sore dan Bank BCA menurut saya sudah tutup tapi saya tetap ke Bank tersebut, lalu satpam bertanya dan saya jelaskan, posisinya bank sudah mau tutup, tetapi dibantu ngomong sama pak satpam ke tellernya agar bisa dibantu sekarang dan akhirnya dibuatkan Atm BCA yang baru”.

Begini pula pengalaman dari Nur Rohmatun Habibah saat berurusan dengan satpam BCA :

“Ramahnya satpam BCA gak ada lawan sih menurut saya, saat itu saya mau setor tunai ke BCA, dari parkiran saja satpam sudah senyum kepada saya, sampe didepan ditanya keperluan apa dan sampai didalam pun form saya untuk setor tunai pak Satpam yang mengisikan, saya hanya duduk menunggu antrian”.

Begitu pula hal yang hampir sama dirasakan oleh Tesa Gita Rinanda :

“ Saya datang ke Bank BCA waktu hujan deras sekali, kebetulan saya naik mobil dan tidak ada payung, tetapi datang pak satpamnya menjemput saya dengan payungnya, saya heran, biasanya yang membawakan payung itu tukang parkir, tetapi pada saat itu pak satpam yang menjemput saya, menurut saya pelayanannya gak diragukan lagi sih.”

Setelah seluruh informan peneliti menceritakan pengalamannya terhadap polisi dan satpam BCA, untuk memperoleh opini terhadap citra polisi sebagaimana berkaitan dengan penelitian ini, peneliti bertanya “ Berikan opini anda mengenai citra polisi terhadap postingan @fchkautsar yang berisi “Polisi Se-Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih?”.
Begini menurut Christian Andatan :

“ Berdasarkan pengalaman pribadi saya, citra polisi memang menurut saya lebih buruk daripada satpam BCA, itu saya rasakan sendiri saat berurusan dengan mereka masing- masing”.

Berbanding terbalik dengan opini Christian Andatan, begini Opini Pardi Rambe tentang citra polisi :

“Saya kurang setuju dengan apa yang dikatakan @fchkautsar tentang Polisi, menurut selama kita mengikuti aturan yang berlaku maka tidak ada yang namanya ditilang segala macam, menurut saya citra polisi masih baik, banyak polisi diluar sana yang baik dan tidak kita ketahui, hanya oknum menurut saya kurang baik.”

Cindi Oktaviani juga memberikan Opinionsya tentang polisi yaitu :

“ Menurut saya, kalau polisi dibandingkan dengan satpam BCA dari segi pelayanan dan keramahan, saya memilih satpam BCA, menurut saya banyak yang setuju dengan postingan @fchkautsar sehingga citra polisi kurang baik menurut saya”.

Nur Rohmatun Habibah yang merupakan mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau juga memberikan opininya yaitu :

“Dalam Tweet tersebut jelas menandakan bahwa citra polisi tidak baik, hal tersebut juga terlihat dari kolom komentar yang banyak sekali memberikan pengalamannya mengenai keramahan dan kebaikan satpam BCA”.

Opini lainnya yang peneliti terima dari Tesa Gita Rinanda :

“Saat saya membaca postingan ini, saya Cuma menganggap ini sebagai guyonan semata, tetapi berdasarkan pengalaman pribadi saya yang berurusan dengan kedua belah pihak, maka menurut saya memang polisi lebih buruk citranya daripada satpam BCA”.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan opini Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap citra polisi Polisi adalah sebagai berikut :

a. Polisi bertindak semena- mena dalam menjalankan tugas

Menurut KBBI, semena- mena yaitu sewenang- wenang atau egois, tidak semena- mena artinya tidak boleh besikap semaunya, egois, dan juga meremehkan orang lain dalam suatu hal, berdasarkan pengalaman pribadi Ce dan juga Tesa, mereka beropini bahwa polisi itu semena- mena dalam bertugas.

Ce dan Tesa merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Ce menganut nilai- nilai kekristenan dan keislaman yang berlaku di Indonesia pada umumnya, Ce berkeyakinan

bahwa citra polisi itu buruk berdasarkan pengalamannya dan juga berita maupun informasi yang beredar tentang polisi.

Berbeda dengan Ce, Tesa dalam sehari-harinya menganut nilai keislaman karna Tesa beragama islam, Tesa berkeyakinan bahwa tidak semua polisi buruk, ia percaya bahwa diluar sana masih ada polisi yang menjalankan tugasnya dengan baik dan Tesa pun yakin ada juga satpam BCA yang mungkin tidak menjalankan tugasnya sebaik satpam BCA yang lainnya.

Berdasarkan pengalaman Pribadi Ce dan Tesa , mereka beropini bahwa polisi itu semena-mena terhadap mereka saat menjalankan tugas, dilihat dari pengalaman pribadi Ce dimana ia mengatakan bahwa ia membawa surat- surat dengan lengkap saat perjalanan tetapi Ce tetap ditilang tanpa diberitahukan apa kesalahan mereka sehingga mereka ditilang.

Berdasarkan pengalaman Tesa pun, saat ditilang polisi karna tidak menggunakan helm, Tesa dimintai uang *cash* sebesar Rp. 250.000, saat itu Tesa tidak membawa uang *cash*, Tesa mengatakan kepada polisi tersebut untuk menilangnya saja dan ia akan mengambil STNK nya di pengadilan saja, tetapi polisi tersebut memaksa untuk damai ditempat dan meminta uang sebanyak itu.

b. Polisi tegas dalam menegakkan aturan

Dalam kehidupan tidak luput dari yang namanya aturan, baik aturan tertulis maupun aturan tidak tertulis, begitu pula tugas polisi dimana polisi menegakkan aturan yang ada dan menindak tegas masyarakat yang melanggar aturan yang ada.

Tentu saja kadang hati merasa jengkel apabila kita ditegur oleh polisi, padahal kita sendiri tidak sadar faktor apa yang membuat kita ditegur oleh polisi, begitu pula menurut salah satu informan peneliti yang bernama Pardi Rambe.

Pardi merupakan salah satu informan peneliti yang memiliki latar belakang budaya batak mandailing, dalam kesehariannya, Pardi menganut nilai-nilai keislaman dan juga beragama islam, dan menurut Pardi, ia yakin bahwa citra satpam BCA itu lebih baik daripada citra polisi.

Tetapi berbeda dengan pengalaman pribadinya saat berurusan dengan Polisi, Pardi menganggap ketegasan polisi dan wibawa nya itu agar dihargai oleh masyarakat dalam mengawasi masyarakat yang melanggar aturan, jika polisi sudah tidak dihargai maka banyak orang yang akan melanggar aturan.

Seperti pengalaman pribadi Pardi berurusan dengan polisi, pada saat itu ia mengurus SKCK, Pardi mengatakan banyak orang yang ditahan bahkan tidak boleh masuk ke lingkungan Polresta Pekanbaru hingga disuruh pulang karna mereka tidak taat aturan yang dimana jika ingin masuk ke lingkungan Polresta harus berpakaian rapi dan memakai sepatu,

banyak yang mengendap saat ingin masuk kesana karna tidak memakai pakaian rapi dan akhirnya mereka semua dibentak oleh polisi.

Berdasarkan pengalaman Pardi ini, ia beropini bahwa citra polisi itu baik, hanya saja bagaimana kita mengartikan ketegasan polisi itu terhadap kita, menurut Pardi wajar polisi membentak kita apabila kita menyalahi aturan yang ada, dan tidak mungkin polisi akan menegur kita apabila tidak ada kesalahan.

c. Polisi tidak responsif terhadap laporan kehilangan

Responsif menurut KBBI yaitu cepat, suka merespon, dan bersifat menanggapi (tidak masa bodoh), hal ini menjadi salah satu hal yang menurut informan peneliti membuat citra polisi itu buruk.

Hal ini diutarakan oleh 2 informan peneliti yaitu Cindi dan Bibah, mereka berdua merupakan mahasiswi aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang memiliki kesibukan mengerjakan penelitian skripsi mereka.

Cindi adalah seseorang yang memiliki latar belakang budaya Minangkabau yang dimana menganut nilai-nilai keislaman dan mengutamakan budaya sopan santun yang tinggi terutama dalam berkomunikasi dengan seseorang. Cindi yakin bahwa berdasarkan pengalaman pribadinya, ia beropini bahwa polisi itu citranya buruk terutama dalam hal pelayanan dan responsif mereka.

Saat itu Cindi kehilangan barang yang mengharuskan Cindi mengurus surat kehilangan ke polisi, tetapi Cindi merasa polisi tidak responsif dan pelayanan mereka kurang membantu Cindi dalam hal yang dialaminya, hal ini lah yang membuat Cindi beropini bahwa citra polisi itu buruk terutama di dalam pelayanan mereka yang tidak responsif.

Informan peneliti yang memiliki pengalaman yang sama dengan Cindi yaitu bernama Bibah, Bibah merupakan mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang dalam kehidupan sehari-harinya kental dengan kebudayaan jawa yang terkenal dengan keislaman serta lemah lembutnya dan sopan santun dalam berkomunikasi.

Pengalaman Bibah dengan polisi yaitu, pada saat itu Bibah kehilangan sepeda motor, dan pada saat itu Bibah langsung ke kantor polisi terdekat untuk melaporkan kehilangan tersebut, Bibah beranggapan jika langsung saat itu juga polisi bertindak, menurut Bibah motornya tersebut belum jauh dibawa oleh pelaku, tetapi polisi ini lambat dalam tindakannya, dan terkesan tidak responsif saat Bibah melaporkan kehilangannya, dan polisi pun meminta sejumlah uang dengan alasan untuk mengurus syarat- syarat pencarian, hingga saat ini motor Bibah pun belum ditemukan.

Tidak hanya direspon dengan baik, tetapi @fchkautsar ini setelah membuat Tweet “Polisi Se-Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih?” banyak mendapat ancaman baik dari *direct message* (DM) Twitter hingga ke media sosial lain yang dimiliki @fchkautsar ini yaitu Instagram.

Gambar 4. 11 Ancaman melalui *Direct Message* Instagram

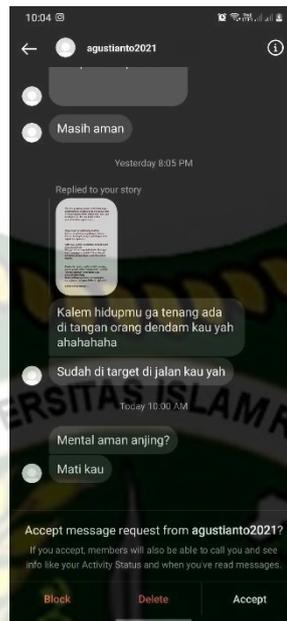


Sumber : <https://twitter.com/fchkautsar/status/1448894046009651200/photo/1>

Diakses pada 1 Juni 2022

Pada gambar 2.6, kita melihat ancaman yang dilakukan oleh seseorang terkait postingan @fchkautsar, entah itu polisi atau tidak, tetapi dari ancaman tersebut menandakan bahwa dia berkaitan dengan polisi dan membela polisi karna dia merasa tidak senang melihat polisi yang dibandingkan dengan satpam BCA.

Gambar 4. 12 Ancaman Lainnya dari Instagram



Sumber : <https://twitter.com/fchkautsar/status/1448894046009651200/photo/1>

Diakses pada tanggal 1 Juni 2022

Pada Gambar 2.7 juga memberikan ancaman dengan kata-kata yang tidak baik, banyak yang membela polisi tetapi dengan cara yang salah dengan memberikan kata-kata yang tidak baik.

Dari kedua gambar diatas, bisa disimpulkan bahwa banyak yang membela Polisi tetapi dengan kata-kata yang tidak enak dilihat dan didengar, dan secara tidak langsung, makin menggambarkan dan meyakinkan bahwa polisi itu tidak baik.

C. Pembahasan Penelitian

Setelah mengkategorikan data hasil wawancara dan menilai opini para informan berdasarkan 4 faktor yang di kemukakan oleh R.P Abelson dalam Ruslan, (2018 : 66) yaitu keyakinan (*Belief*), latar belakang budaya, nilai yang

dianut serta pengalaman pribadi informan saat berurusan dengan polisi dan satpam BCA, maka berdasarkan hasil wawancara seluruh informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa citra polisi itu buruk karna dipengaruhi beberapa hal yaitu, Polisi semena- mena dalam menjalankan tugasnya dan Polisi tidak responsif terhadap laporan kehilangan dan satu informan peneliti mengatakan bahwa Polisi itu tegas dalam menegakkan aturan.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan dari data yang peneliti peroleh dan juga untuk menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana opini mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terhadap citra Polisi atas postingan “Polisi Se-Indonesia bisa diganti satpam BCA aja gaksih?”, peneliti dapat menyimpulkan bahwa citra polisi itu buruk karna dipengaruhi oleh dua faktor yaitu, Polisi semena-mena dalam menjalankan tugasnya dan juga Polisi tidak memperlihatkan sikap responsif terhadap laporan kehilangan dan hanya satu informan yang beropini polisi itu baik, karna polisi itu tegas dalam menegakkan aturan yang ada.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan 5 orang informan yang telah peneliti tentukan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

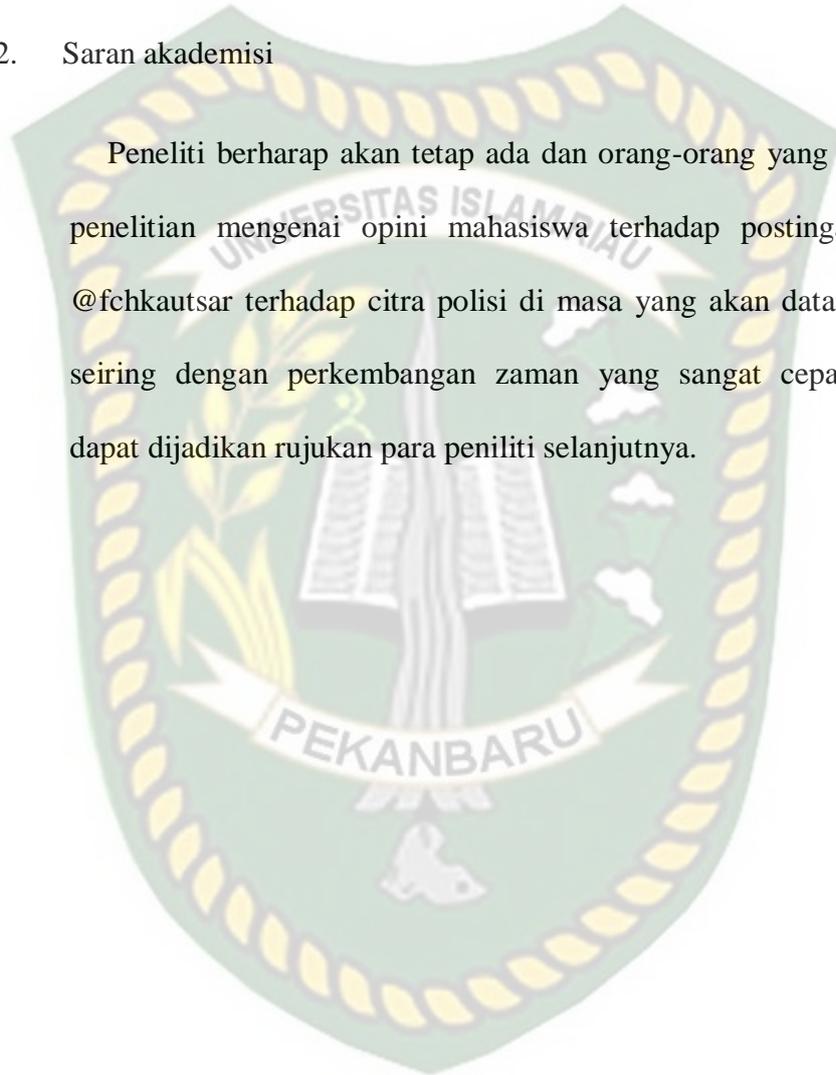
1. Saran Praktis

- a. Diharapkan kepada para pengguna Twitter, agar lebih bijak dalam menanggapi dan ber opini tentang suatu isu yang viral di twitter, jangan terlalu cepat percaya suatu isu tanpa mencari tahu kebenarannya terlebih dahulu, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh berita yang belum jelas kebenarannya.

b. Seharusnya, @fchkautsar sebagai pembuat postingan, kedepannya, dalam membuat postingan harus lengkap kronologinya sehingga tidak menimbulkan opini negatif terhadap citra polisi.

2. Saran akademisi

Peneliti berharap akan tetap ada dan orang-orang yang melakukan penelitian mengenai opini mahasiswa terhadap postingan Twitter @fchkautsar terhadap citra polisi di masa yang akan datang. Karena seiring dengan perkembangan zaman yang sangat cepat sehingga dapat dijadikan rujukan para peneliti selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alyusi, S. D. (2016) *Media Sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ardianto, E. (2011a) *handbook of public relations. pengantar komprehensif*. Bandung: remaja rosdakarya bandung.
- _____. (2011b) *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: simbiosis rekayasa media.
- Arifin (2011) *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2011) *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Barnes, J. A. (1969) *Social Networks in Urban Situation: Analysis of Personal Relationships in Central Africa Town*. Manchester: University of Manchester Press.
- Blaikie, N. (2000) *Designing social research: The logic of anticipation*. Cambridge: Polity Press.
- Bungin, B. (2014) *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Cangara, H. (2013) *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- _____. (2016) *Pengantar Ilmu Komunikasi : Edisi kedua*. 2nd edn. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Djamal, H. and Fachruddin, A. (2011) *Dasar-dasar penyiaran : sejarah, organisasi, operasional, dan regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, O. U. (2011) *Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Hanani, S. (2017) *komunikasi antarpribadi*. Yogyakarta: Ar-ruzz media.

- Hansen, D. L. and Shneiderman, B. (2011) *Marc A. Smith, Analyzing Social Media Network With NodeXL*. USA: Elsevier.
- Lijan Poltak, S. (2016) *Manajemen Sumber Daya Manusia : Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Liliwari, A. (2014) *sosiologi dan komunikasi organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Littlejohn, S. W. dan Foss, K. A. (2009) *Teori Komunikasi*. 9th edn. Jakarta: Salemba Humanika.
- _____. (2011) *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moeleong, L. J. (2018) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, A. (2011) *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2015) *ilmu komunikasi : Suatu pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nasrullah, R. (2015) *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurhadi (2017) *Handbook Of Writing*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Olii, H. and Erlita, N. (2011) *Opini Publik Edisi Kedua*. Jakarta: PT. INDEKS Permata Puri Media.
- Phillip, K. and Keller, K. L. (2012) *manajemen pemasaran jilid I*. 12th edn. Jakarta: erlangga.
- Puntoadi, D. (2011) *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT. elex komputindo.
- Rakhmat, J., Ibrahim, I. S. and Soenendar, R. K. (2017) *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Ruslan, R. (2018) *Manajemen Public Relations dan media komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, S. and Ardianto, E. (2017) *dasar dasar Public relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif,*

Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suratnoaji, C., Nurhadi and Candrasari, Y. (2019) *Metode Analisis Media Sosial Berbasis Bigdata*. Banyumas: Sasanti Institute.

Susanto, A. (2012) *Perkembangan Anak Usia Dini*. Jakarta: Kencana.

Wood, A. F. and Smith, M. J. (2005) *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Website

Adam .2019 .*Demografi Pengguna Twitter di Indonesia Paling Banyak Pria Daripada Perempuan*, *itworks.id*. dari <https://www.itworks.id/19408/demografi-pengguna-twitter-di-indonesia-paling-banyak-pria-daripada-perempuan.html>.(diakses: 26November 2021 pukul 03.00 WIB)

Jurnal

Syarief, F. 2017 .*Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter Sby)*. *Jurnal Komunikasi*, 3(11): 2579–329.

Juditha, C. 2014 .*Opini Publik Terhadap Kasus “KPK Lawan Polisi” dalam Media Sosial Twitter Public Opinion on Case “Police Versus KPK” in Twitter*, *Jurnal Pekommas*, 17(2):61–70.

Bin Muhammad Alkatiri, A, Nadiah, Z. dan Nasution, A. N. S. 2020 .*Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter*. *Journal of Strategic Communication* .11(1):19–26.

Zukhrufillah, Irfani. *Gejala Media Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif*. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 1(2) :102-109