

**STRATEGI KOMUNIKASI SALES MOBIL NISSAN
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI KOTA
MEDAN**

PROPOSAL SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD IQBAL SEPTIAN
1303110051

**Program Studi Ilmu komunikasi
Konsentrasi Humas**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

2017

ABSTRAK

CITRA KEPOLISIAN PASCA PENETAPAN BASUKI TJAHAJA PURNAMA SEBAGAI TERSANGKA DUGAAN KASUS PENISTAAN AGAMA

RIZKY SANJANI

1303110004

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui citra kepolisian pasca penetapan Basuki tjahaja purnama sebagai tersangka dugaan kasus penistaan agama di Media sosial instagram.

Penelitian ini menggunakan teori citra yaitu citra bayangan, citra yang di harapkan, citra yang berlaku. Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh melalui observasi non-participant yaitu observasi yang penelitiannya tidak ikut secara langsung dalam kegiatan atau proses yang sedang diamati.

Media sosial menjadi sarana yang dapat memudahkan netizen atau penggunanya untuk mengetahui informasi – informasi seputar peristiwa maupun fenomena. Khususnya instagram, media sosial tersebut memiliki pertumbuhan jumlah yang besar terhadap penggunanya.

Instagram dinilai dapat menjadi sarana masyarakat untuk memberikan tanggapannya lewat komentar terhadap sesuatu yang sedang terjadi, seperti berita tentang citra kepolisian dalam menangani kasus penistaan agama islam yang beredar di media sosial instagram masyarakat bisa memberikan tanggapannya lewat komentar pada sebuah unggahan tersebut.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam juga penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW telah membawa kabar tentang pentingnya ilmu bagi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis memilih judul skripsi: Citra Kepolisian pasca penetapan Basuki Thjaja Purnama Sebagai tersangka dugaan kasus penistaan Agama di Media sosial Instagram.

Penelitian ini merupakan penelitian yang belum sempurna dan masih terdapat kekurangan. Peneliti menyadari keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan dalam mengerjakan penelitian ini. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda **Al Nur Darma** dan Ibunda **Juliati** yang telah memberikan kasih dan sayang serta doa dan dukungan terbaiknya kepada penulis, tidak lupa pula kepada Adik yang sangat saya sayangi **Citra Indah Ocktavia** yang selalu memberikan dukugan kepada penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Agussani,M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Drs.Tasrif Syam,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Nurhasanah Nasution Ketua Jurusan Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Asmawita, Hj, AM, MA Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan dan waktunya kepada penulis selama penyusunan skripsi.
8. Bapak Tenerman, S.Sos, M.I.Kom Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan waktunya kepada penulis selama penyusunan skripsi.
9. Seluruh Dosen-dosen dan Staff dan Pegawai di Lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang senantiasa membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini, Anggun, Ever, Ibal, Luthfi, Opik, Miky, Iqbal, Lulu, Herlambang, fahrozi, Sabrina, Dinda, Saraswati, Luwi novela, Renzo, Mira, Putra, Cipta,

Amira, Umay, Silvy, Fahri, Bagus, Dana, Dede, Winda, Kiki, Widy, dan
Faiz.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya semoga mendapat
balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, Serta tidak lupa juga penulis
memohon maaf atas semua kekurangan dan kesalahan yang ada selama penulisan
skripsi ini, semoga akan lebih baik lagi kedepannya. Amin.

Medan, 22 April 2017
Penulis

RIZKY SANJANI
1303110004

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) dikatakan alat negara yang berperan dalam memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum serta memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka terpeliharanya keamanan dalam negeri. Polri yang telah di kenal ini adalah kepolisian yang telah dibentuk sejak tanggal 19 Agustus 1945, Polri mencoba memakai sistem kepolisian federal membawa di Departemen dalam Negeri dengan kekuasaan terkotak-kotak antar provinsi bahkan antar karasidenan. Oleh karna itu mulai tanggal 1 Juli 1946 Polri menganut sistem Kepolisian Nasional (*The Indonesian National Police*). Maka jelaslah bahwa tugas Polisi Republik Indonesia sangat luas yang mencakup seluruh instansi mulai dari Departemen pertahanan keamanan sampai pada masyarakat kecil semua membutuhkan polisi sebagai pengaman dan ketertiban masyarakat. Untuk melaksanakan tugas dan membina keamanan dan ketertiban masyarakat, Polisi Republik Indonesia berkewajiban dengan segala usaha pekerjaan dan kegiatan untuk membina keamanan dan ketertiban masyarakat.

Polisi sebagai pengayom masyarakat yang memberi perlindungan dan pelayanan kepada masyarakat bagi tegaknya ketentuan peraturan perundang-undangan. Setiap kasus yang ditangani oleh Kepolisian Indonesia (Polri) seperti penangkapan Bandar Narkoba Freddy Budiman yang dihukum mati, Kasus

penangkapan artis yang melakukan skandal, Penangkapan Pejabat yang melakukan Korupsi seperti Gayus Tambunan dan masih banyak tindak kriminal yang menjadi tugas polisi untuk diselesaikan dan kasus Rusgiani (44) dipenjara 14 bulan karena menghina agama Hindu Ibu rumah tangga itu menyebut canang atau tempat menaruh sesaji dalam upacara keagamaan umat Hindu dengankata-katanajis. Tentunya semua kasus penangkapan tersebut tidaklah luput dari citra kepolisian itu sendiri di karenakan banyak media yang meliputi kinerja dari kepolisian. Media sesuai dengan tugasnya menginformasikan dan menyajikan berita baik dari sektor Politik, Narkoba, Tindak kriminal, Penistaan Agama dan Kasus-kasus lainnya yang mengenai citra Polisi.

Jelang Pilgub DKI Jakarta, Gubernur Basuki Tjahaja Purnama 'Ahok' diduga melakukan dugaan penistaan Agama. Pada saat kejadian itu dengan kurun waktu yang cukup cepat video pidato Basuki Tjahaja Purnama 'Ahok' beredar di Media sosial dan video tersebut menjadi viral. Perkataan "menista" berasal dari kata "nista". Sebagian pakar mempergunakan kata celaan. Perbedaan istilah tersebut disebabkan penggunaan kata-kata dalam menerjemahkan kata *smaad* dari bahasa Belanda. "Nista" berarti hina, rendah, celah, noda.

Dalam bahasa Sansekerta istilah agama berasal dari "a" artinya kesini dan "gam" artinya berjalan-jalan. Sehingga dapat berarti peraturan-peraturan tradisional, ajaran, kumpulan bahan-bahan hukum. Pendeknya apa saja yang turun temurun dan ditentukan oleh adaptasi kebiasaan. Setelah melalui proses yang cukup panjang kepolisian akhirnya menetapkan Basuki tjahaja purnama 'Ahok' sebagai tersangka kasus Dugaan Penistaan Agama. Pasca Penetapannya Basuki Tjahaja

Purnama sebagai tersangka, umat Islam pun turun kejalan melakukan Aksi Bela Islam 411 untuk menyuarakandan meminta agar pihak kepolisian segera melayangkangugatan tersangka terhadap Gubernur non aktif tersebut. Karena umat beragama islam yang merasa kitabnya Al-Qur'an telah dilecehkan lewat surat Al-Maidah ayat 51 merasa tidak terima atas ucapan yang disampaikan dalam pidato Basuki Tjahaja Purnama, Setelah Kasusnya menjadi perbincangan, akhirnya umat Islam Mengadakan demo bela Islam 411 di Indonesia, Kemudian pihak POLRI ikut ambil bagian dalam mengamankan aksi bela islam 411 di beberapa Daerah tersebut, Demo yang menjadi sorotan dunia adalah Di wilayah Jakarta dan sekitarnya, Selain itu Polri pun tidak sendiri dalam menangani kasus ini Polri mengamankan dan memperketat agar tidak terjadi perpecahan pasca kasus penistaan Agama tersebut lewat beredarnya video Basuki Tjahaja Purnama di Media sosial Facebook,Instagram dll.

Dengan ditetapkannya Basuki Tjahaja Purnama sebagai tersangkadugaankasuspenistaan Agama islam, Polri pun akhirnya menjadi sorotan pasca melayangkan status Tersangka kepada Gubernur Jakarta BasukiTjahajaPurnama 'Ahok' kemudian daripada itu pihak kepolisian mengamankan jalannya Aksi belaIslam 411 sampaidenganselesai. Polri pun berperan penting dalam menghimbau demonstiran agar tetap menjaga ketertiban selama berjalannya Aksi bela Islam 411 tersebut. Tugas Polri tentu tidak hanya sampai disitu saja, Pihak kepolisian pun bertugas mengupas tuntas kasus tersebut sampai ke proses sidang gelar perkara.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka permasalahan sebagai berikut “Bagaimana Citra Kepolisian (polri) pasca penetapan Basuki Tjahaja Purnama sebagai tersangka atas dugaan kasus penistaan Agama di *Instagram*.”

C. Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui citra kepolisian (Polri) pasca penetapan Basuki Tjahaja Purnama ‘Ahok’ sebagai tersangka dugaan penistaan Agama.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa-mahasiswi FISIP UMSU, khususnya jurusan Ilmu Komunikasi dan berguna untuk memperkaya khasanah penelitian untuk mahasiswa-mahasiswi.
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan pemikiran kepada mahasiswa-mahasiswi FISIP UMSU atau mahasiswa lain serta khalayak luas yang ingin meneliti Citra kepolisian.

E. Pembatasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan masalah yang akan diteliti adalah Media Sosial *Instagram*, Mengenai citra kepolisian(Polri) pasca penangkapan Basuki Tjahaja Purnama dugaan kasus penistaan Agama di bulan November hingga akhir bulan Desember.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan. Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Uraian Teoretis. Bab ini berisikan tentang teori Komunikasi, Komunikasi Massa, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Dunia Maya, Citra, Media Sosial

BAB III : Metode Penelitian. Berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, kategorisasi, Definisi, Kategorisasi, Narasumber, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan Berisikan Hasil Penelitian, Pembahasan, dan Gambar.

BAB V : Penutup. Berisikan penutup yang menguraikan simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

Komunikasi sebuah ilmu yang luas, meliputi segala aspek kehidupan manusia. Intinya manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi, manusia harus hidup berinteraksi dengan lingkungannya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. “Komunikasi berlangsung apabila antara orang – orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan” (Effendy, 2002: 4). Jelasnya jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya maka komunikasi berlangsung efektif dan komunikatif. Sebaliknya jika ia tidak mengerti, komunikasi tidak efektif dan tidak berlangsung.

Menurut Purwanto (2003: 3), Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku atau tindakan. Jadi dalam komunikasi itu terdapat di dalamnya suatu proses, terdapat simbol-simbol dan simbol-simbol itu mengandung arti. Arti atau makna simbol disini tentu saja tergantung pada pemahaman dan persepsi komunikan sehingga ada umpan balik (*feedback*) bagi komunikan setelah mendapatkan pesan.

Komunikasi secara umum adalah suatu proses, penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan yang terdapat pesan didalamnya sehingga menghasilkan feedback.

a. Proses Komunikasi

Komunikasi tidak berjalan begitu saja, sebab satu kegiatan komunikasi harus menjalani proses komunikasi sehingga baru terlaksana kegiatan komunikasi tersebut. Menurut Purwanto (2006: 11) pada prinsipnya dalam proses komunikasi memiliki tiga tahapan yaitu:

1. Menemukan diri sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain.

2. Menemukan dunia luar

Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu sering kali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dialami interaksi interpersonal.

3. Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita digunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain

b. Tujuan Komunikasi

Ada empat tujuan komunikasi yang dikemukakan oleh (Devito,2010:30-33). Tujuan komunikasi ini tidak perlu di kemukakan secara sadar, juga tidak perlu mereka yang terlibat menyepakati tujuan komunikasi. Tujuan dapat disadari ataupun tidak dapat dikenali ataupun tidak.

1. Menemukan

Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri (*personal discovery*). Bila anda berkomunikasi dengan orang lain, anda belajar mengenali diri sendiri, memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Cara lain di mana kita melakukan penemuan diri adalah melalui proses perbandingan sosial, melalui perbandingan kemampuan, prestasi, sikap, pendapat, nilai dan kegagalan.

2. Berhubungan

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain. Kita ingin merasa di cintai dan disukai, kemudian kita juga ingin mencintai dan menyukai orang lain.

3. Untuk meyakinkan

Kita sering menghabiskan banyak waktu untuk melakukan persuasi antarpribadi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima. Dalam perjumpaan antarpribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain.

4. Untuk bermain

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengar pelawak, pembicaraan, musik dan film sebagai besar untuk hiburan

B. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat anonim, dan heterogen. (Mulyana,2015:83)

Komunikasi massa merupakan salah satu tingkat proses komunikasi. Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat secara luas. Komunikasi massa dilakukan langsung melalui media massa seperti radio, majalah, surat kabar, dan tv. Sifat isi pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa menyangkut kepentingan orang banyak, tidak bersifat pribadi. Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat 2005 :189)

Komunikasi massa adalah proses komunikasi dengan massa yang dilakukan melalui media, yakni media massa seperti surat kabar, majalah, buku, radio dan televisi. Seluruh proses komunikasi massa melibatkan – sangat tinggi- di dalamnya pelbagai aspek perbedaan latar belakang budaya, mulai dari pengelolaan

(organisasi media), saluran atau media massa, pesan-pesan, hingga kepada khalayak sasaran maupun dampaknya. (Liliweri,2011:218)

Komunikasi massa menurut Elizabeth dan Noelle Neuman yang membedakannya dengan komunikasi interpersonal, yaitu pertama, bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis. Kedua, bersifat satu arah (*one flow communication*) artinya tidak ada interaksi antara peserta komunikasi. Ketiga, bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim, keempat, memiliki unsur publik yang secara geografis tersebar (Rakhmat,2005:189).

Georg Gerbner memberi pengertian komunikasi massa dengan sebuah definisi singkat yaitu sebagai produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dipunyai orang dalam masyarakat industri (Rakhmat,2005 :188).

1. Unsur – Unsur Komunikasi Massa

Dalam perkembangan komunikasi massa menunjukkan bahwa pengaruh atau efek komunikasi massa saat ini sangat sulit dibedakan dengan komunikasi interpersonal. Karena umpan balik komunikasi massa bisa bersifat langsung atau segera. Kecepatan umpan balik yang diterima media penyiaran dari audiensinya, misalnya dalam program interaktif, memiliki kecepatan yang sama sebagaimana komunikasi tatap muka (interpersonal). Sesuatu yang tidak terbayangkan sebelumnya. Adapun unsur-unsur penting dalam komunikasi massa (Bungin, 2013:71) sebagai berikut :

- a. Komunikator
- b. Media massa
- c. Informasi (pesan) massa
- d. Gatekeeper
- e. Khalyak (*public*)
- f. Umpan balik

Komunikator dalam komunikasi massa adalah :

1. Pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi telematika modren sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi ini dengan cepat ditangkap oleh *public*.
2. Komunikator dalam penyebaran informasi mencoba berbagai informasi, pemahaman, wawasan, dan solusi-solusi dengan jutaan massa yang tersebar di mana tanpa diketahui dengan jelas keberadaan mereka
3. Komunikator juga berperan sebagai sumber pemberitaan yang mewakili institusi formal yang sifatnya mencari keuntungan dari penyebaran informasi itu.

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat di akses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Dengan demikian, informasi massa adalah milik *public*, bukan ditujukan kepada individu masing-masing. Gatekeeper adalah penyeleksi informasi, seperti wartawan, desk surat kabar, editor dan sebagainya. Khalayak adalah massa yang

menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari *public* pendengar atau pemirsa sebuah media massa. Sedangkan umpan balik (Mulyana dan Rakhmat,2005:15) adalah informasi yang tersedia bagi sumber yang memungkinkan menilai keefektifan komunikasi yang dilakukannya untuk mengadakan penyesuaian-penyesuaian atau perbaikan-perbaikan dalam komunikasi selanjutnya.

2. Konsep Massa

Massa memiliki unsur-unsur penting (Bungin,2006:73) yaitu :

- a. Terdiri dari masyarakat dalam jumlah yang besar yang menyebar di mana-mana, dimana satu dengan yang lainnya tidak saling mengenal.
- b. Jumlah massa yang besar menyebabkan massa tidak bisa dibedakan satu dengan lainnya.
- c. Sebagian besar anggota massa memiliki *negatif image* terhadap pemberitaan media massa. Massa senantiasa mencurigai pemberitaan media massa sebagai sesuatu yang benar, bahkan untuk hal-hal tertentu cenderung skeptis dan berpikir negatif
- d. Karena massa yang besar, maka massa juga sukar diorganisir.
- e. Kemudian massa merupakan refleksi dari kehidupan sosial secara luas.

3. Proses Komunikasi Massa

Karena proses komunikasi massa yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasi sangat kompleks dan rumit. Menurut Mcquail (Bungin,2013:74) proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk :

- a. Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan. Kalau terjadi komunikasi di antara mereka, maka proses komunikasi (balik) yang disampaikan oleh komunikan ke komunikator sifatnya sangat terbatas sehingga tetap saja di dominasi oleh komunikator.
- b. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala yang besar, sekali siaran, pemberitaan yang disebarakan dalam jumlah yang luas, dan di terima oleh massa yang besar pula.
- c. Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris di antara komunikator dan komunikan, menyebabkan komunikasi diantara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara. Kalau terjadi kondisi emosional disebabkan karena pemberitahuan yang sangat agitatif, maka sifatnya sementara dan tidak berlangsung lama dan tidak permanen.
- d. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (nonpribadi) dan tanpa nama. Proses ini menjamin, bahwa komunikasi massa akan sulit diidentifikasi siapa penggerak dan menjadi motor dalam sebuah gerakan massa di jalan.
- e. Proses komunikasi massa juga berlangsung berdasarkan pada hubungan kebutuhan (*market*) dimasyarakat. Seperti, televisi dan radio melakukan penyiaran mereka karena adanya kebutuhan masyarakat tentang pemberitaan-pemberitaan massa yang ditunggu-tunggu. Dengan demikian, maka agenda acara televisi dan radio juga ditentukan oleh rating, yaitu bagaimana masyarakat menonton atau mendengar acara itu.

4. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K.Merton dalam (Bungin,2006:78) mengemukakan bahwa fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata (*manifes function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan, kedua fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), yaitu fungsi yang tidak diinginkan.

Begitu pula dengan komunikasi media massa, sebagai aktivitas sosial masyarakat, komunikasi media massa juga mengalami hal yang serupa. Berikut fungsi komunikasi massa menurut (Devito,2010:575-579) :

a. Menghibur

Media mendesain program-program mereka untuk menghibur. Hal ini untuk mendapatkan perhatian dari khalayak sebanyak mungkin sehingga media dapat menjual hal ini kepada para pengiklan

b. Meyakinkan

Fungsi media yang paling penting adalah meyakinkan. Persuasi dapat datang dalam banyak bentuk : 1) mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang :2) mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang : 3) menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu dan 4) memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu.

c. Menginformasikan

Sebagai informasi yang kita peroleh berasal dari media. Salah satu cara mendidik (persuasi) adalah melalui pengajaran nilai nilai, opini serta atauran-

aturan yang dianggap benar kepada pemirsa atau pembaca. Artinya, sebagian dari fungsi edukasi media diarahkan untuk membuat khlayak tersosialisasi.

d. Menganugrahkan status

Daftar seratus orang berpengaruh di dunia hampir pasti berisi nama-nama orang yang banyak di muat dalam media. Tanpa pemuatan ini tentu orang-orang tersebut tentulah tidak penting setidaknya di mata masyarakat.

e. Membius

Salah satu fungsi media yang paling menarik adalah fungsi membiusnya. Ini berarti bahwa bila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil. sebagai akibatnya, pemirsa atau penerima terbius ke dalam keadaan tidak aktif.

f. Menciptakan rasa kebersatuan

Fungsi komunikasi massa yang tidak banyak orang sadari adalah kemampuan media membuat kita merasa menjadi anggota suatu kelompok.

Dan fungsi komunikasi massa dalam tiap sistem sosial menurut (Effendy,2013:27) sebagai berikut :

- a. Informasi
- b. Sosialisasi
- c. Motivasi
- d. Perdebatan dan diskusi
- e. Pendidikan
- f. Memajukan kebudayaan
- g. Hiburan

h. Integrasi

5. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Devito mengatakan komunikasi massa itu ditunjukkan kepada massa dengan melalui media massa dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, maka komunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya (Effendy,2013:21-25) ciri-cirinya adalah sebagai berikut :

a. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Komunikasi massa berlangsung satu arah, ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator pada. Sebagai konsekuensi dari komunikasi seperti ini , maka komunikator pada komunikasi massa harus melakukan perencanaan dan persiapan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan kepada komunikan harus komunikatif dalam arti kata diterima secara inderawi dan secara rohani pada satu kali penyiaran.

b. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Sebagai konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga, peranya dalam proses komunikasi ditunjuang oleh orang-orang lain. Kemunculannya dalam media komunikasi tidak sendirian tetapi bersama dengan orang lain.

c. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum (*public*) karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Media

massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.

d. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Ciri lain dari komunikasi massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Radio dan televisi, karena merupakan media elektronik, tidak diragukan lagi keserempakannya ketika khalayak mendengar acara radio atau televisi.

e. Komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi atau khalayak yang meruakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen.

Pengertian komunikasi massa menurut (Nurudin, 2007: 3-4) adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of massa communication* (media komunikasi massa). Media massa yang dihasilkan dari oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekakan sebab ada media bukan massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan dan lain-lain. Disini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran komunikasi massa.

Menurut Wright (Apriadi,2013:15) mendefenisikan komunikasi massa dalam 3 ciri:

- a. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonym.
- b. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
- c. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

Hal tersebut perlu dijelaskan sebab diantara para cendekiawan – antar lain Everett M. Rogers – ada yang mengatakan bahwa selain media massa modern terdapat media massa traditional, di antaranya teater rakyat, juru dongeng keliling, dan juru pantun. Bila Rogers mengatakan bahwa teater rakyat adalah media massa traditional, barangkalai masih dapat diterima. Akan tetapi, jika ia mengatakan bahwa juru dongeng keliling dan juru pantun juga media massa traditional, sungguh membingungkan bagi para ahli komunikasi umumnya, juru dongeng dan jru pantun adalah jelas komunikator, dan medianya dalam hal ini media primer atau bahasa. Maka komunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi massa berlansung satu arah

Berbeda dengankomunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*) yang berlansung dua arah (*two-waytraffic communication*), komunikasi massa berlansung satu arah (*one-way communication*). Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Dengan lain perkataan, wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap

pesan atau berita yang disiarkannya itu. Demikian juga penyiar radio, penyiar televisi, atau sutradara film tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksudkan dengan “tidak mengetahui” dalam keterangan di atas ialah tidak mengetahui pada waktu proses komunikasi itu berlangsung.

2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu, komunikatornya melembaga atau dalam bahasa asing disebut *stitutionalized communicator* atau *organized communicator*. Hal ini berbeda dengan komunikator lainnya, misalnya kiai atau dalang yang munculnyadalam suatu forum bertindak secara individual, atas nama dirinya sendiri, sehingga ia memiliki lebih banyak kebebasan.

Komunikator pada komunikasi massa, misalnya wartawan surat kabar atau penyiar televisi karna media yang dipergunakannya adalah suatu lembaga dalam menyebarluaskan pesan komunikasinya bertindak atas nama lembaga, sejalan dengan kebijaksanaan (*policy*) surat kabar dan stasiun televisi yang diwakilinya. Ia tidak memiliki kebebasan individual. Ungkapan seperti kebebasan mengemukakan pendapat (*freedom of expression* atau *freedom of opinion*) merupakan kebebasan terbatas (*restricted freedom*).

3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Pesan yang disebarkan melalui media massabersifat umum (*public*) karnaditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada perseorangan atau kepada sekelompok orang tertentu.

Hal itulah yang antara lain membedakan media massa dengan media nirmassa. Surat, telepon, telegram, dan teleks misalnya, adalah media nirmassa, bukan media massa, karna ditujukan kepada orang tertentu. Demikianpula majalah organisasi, surat kabar kampus, radio telegrafi atau radio *citizen band*, *film documenter*, dan televisi siaran sekitar (*closed circuit television*) bukanlah media massa, melainkan media nirmassa karna ditujukan kepada sekelompok orang tertentu.

4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkankeserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Hal inilah yang merupakan ciri paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya. Bandingkan misalnya poster atau papan pengumuman adalah media komunikasi, tetapi bukan media komunikasi massa sebab tidak mengandung ciri kesermpakan; sedangkan radio siaran adalah media komunikasi massa disebabkan oleh ciri keserempakan yang dikandungnya. Pesan yang disampaikan melalui poster dan papan pengumuman kepada khalayak tidak diterima oleh mereka dengan melihat poster atau papan pengumuman itu secara serempak bersama-sama, tetapi secara bergantian. Lain dengan pesan yang disampaikan melalui radio siaran. Pesan yang disebarkan dalam bentuk pidato, misalnya pidato presiden, akan diterima oleh khalayak dalam jumlah jutaan bahkan puluhan juta atau ratusan juta serempak bersama-sama pada saat presiden berbicara. Oleh karena itulah, pada umumnya yang

termasuk kedalam media massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film yang mengandung ciri kerempakan tersebut.

5. Komunikasikan Komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaannya secara terpecah-pecah, dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam hal: Jenis Kelamin, Usia, Agama, Ideology, Pekerjaan, Pendidikan, Pengalaman, Kebudayaan, Pandangan hidup, Keinginan, Cita-cita dan sebagainya. Heterogenitas khalayak seperti itulah yang menjadi kesulitan seorang komunikator dalam menyebarkan pesannya melalui media massa karena setiap individu dari khalayak itu menghendaki agar keinginannya dipenuhi. Bagi para pengelola media massa adalah suatu hal yang tidak mungkin untuk memenuhinya. Satu-satunya cara untuk dapat mendekati keinginan seluruh khalayak sepenuhnya ialah dengan mengelompokkan mereka menurut Jenis kelamin, Usia, Agama, Pekerjaan, Pendidikan, Kebudayaan, kesenangan, dan lain-lain berdasarkan perbedaan sebagaimana dikemukakan di atas.

Pengelompokan tersebut telah dilaksanakan oleh berbagai media massa dengan mengadakan rubric atau acara tertentu untuk Kelompok pembaca, Pendengar, Penonton tertentu. Hampir semua Surat kabar, Radio, dan Televisi, menyajikan rubric atau acara yang secara khusus diperuntukan bagi anak-anak, remaja dan dewasa; wanita dewasa dan remaja putri; pedagang, petani, ABRI, dan

lain-lain; pemeluk Agama Islam, Kristen, Budha, Hindu, dan kepercayaan; Murid-murid taman kanak-kanak, Sekolah dasar, Sekolah lanjutan pertama, Sekolah lanjutan tingkat atas, dan Mahasiswa/mahasiswi perguruan tinggi; Para penggemar sastra, Teater, Music, Film, dan Teknologi; dan Kelompok-kelompok lainnya. (Uchjana, 2009:20-25)

b. Fungsi komunikasi massa

Harold D Lasswell, pakar komunikasi terkenal yang namanya pernah disebut di muka, juga telah menampilkan pendapatnya mengenai fungsi komunikasi itu. Dikatakannya bahwa proses komunikasi di masyarakat menunjukkan tiga fungsi:

1. Pengamatan terhadap lingkungan (*the surveillance of the environment*), penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur di dalamnya.
2. Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan (*correlation of the components of society in making a response to the environment*)
3. Penyebaran warisan sosial (*transmission of the social inheritance*). Disini berperan para pendidik, baik dalam kehidupan rumah tangganya maupun disekolah, yang meneruskan warisan sosial kepada keturunan berikutnya. (Uchjana, 2009: 27)

C. Komunikasi Organisasi

R. Wayne Pace dan Don F. Faules yang di ahlibahasakan oleh Mulyana (2001: 31-32) mengemukakan defenisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi, dengan demikian, terdiri

dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Unit komunikasi adalah hubungan antara orang-orang dalam jabatan-jabatan (posisi-posisi) yang berada dalam organisasi tersebut. Unit dasar dalam komunikasi organisasi adalah seseorang dalam suatu jabatan. Komunikasi timbul apabila satu orang menciptakan pesan, lalu yang menafsirkan, sebuah “pertunjukan” dan menciptakan pesan baru. Meskipun demikian, hubungan antara jabatan-jabatan berubah secara resmi berdasarkan pernyataan jabatan-jabatan organisasi.

Jika melihat apa yang terjadi tatkala seseorang terlibat dalam komunikasi, kita menemukan bahwa terdapat dua bentuk umum tindakan yang terjadi. Di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Pencipta pesan atau pencipta “pertunjukan” [Anda membawa sesuatu untuk di perhatikan seseorang atau orang lain; menyebarkan sesuatu sehingga sesuatu tersebut dapat terlihat secara lengkap dan menyenangkan] .
2. Penafsiran pesan atau penafsiran pertunjukan [menguraikan atau memahami sesuatu dengan suatu cara tertentu].

Dari defenisi yang dikemukakan oleh Goldhaber tersebut, ada empat konsep kunci yang terkandung di dalamnya, yaitu:

a. Proses (*Process*)

Suatu organisasai adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena gejala

menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya, maka dikatakan sebagai suatu proses.

b. Pesan (*Message*)

Yang dimaksud dengan pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, dan kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang lain. Untuk berkomunikasi, seseorang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberikan gambaran itu nama dan mengembangkan suatu perasaan terhadapnya. Komunikasi tersebut efektif jika pesan yang di kirimkan itu diartikan sama dengan apa yang di maksudkan oleh si pengirim. Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi.

c. Jaringan (*Network*)

Dalam suatu organisasi terdapat orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini terjadi melalui suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin hanya mencakup dua orang, beberapa orang atau keseluruhan organisasi. Hakikat dan luas dari jaringan ini dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain: hubungan peranan, arah dan arus pesan, hakikat seri dari arus pesan, dan isi pesan.

d. Keadaan saling tergantung (*Interdependence*)

Konsep kunci komunikasi organisasi lainnya adalah keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hali ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari

organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga seluruh sistem organisasi. Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi akan saling melengkapi.

D. Komunikasi Dunia Maya

Dalam novel William Gibson (1984/1994), *Neuromancer*, istilah dunia maya muncul pertama kalinya untuk merujuk pada jaringan informasi luas oleh para penggunanya disebut *console cowboys* akan “muncul”, atau koneksi langsung dengan sistem-sistem syaraf mereka.

Berikut adalah sebuah definisi lebih formal yang dikembangkan dari konsep Gibson tetapi memberikan keterkaitan langsung dengan system syaraf: “Dunia maya adalah realita yang terhubung secara global, didukung komputer, akses komputer, multidimensi, artificial, atau “virtual”. Dalam realita ini, dimana setiap komputer adalah sebuah jendela, terlihat atau terdengar objek-objek yang bukan bersifat fisik dan bukan representasi objek-objek fisik, namun lebih merupakan gaya, karakter dan aksi pembuatan data, pembuatan informasi murni” (Benedikt, 1991: 122-123).

a. Pengertian Komunikasi Dunia Maya

Komunikasi adalah proses penyampaian dari pemberi pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) sehingga terjadi kesamaan pengertian atas pesan. Istilah “Dunia Maya” pertama kali muncul dalam novel, *Neuromancer*, yang ditulis oleh *William Gibson* pada tahun 1984. Istilah tersebut merujuk pada jaringan informasi luas yang oleh para penggunanya disebut *console cowboys*

“muncul”, atau koneksi langsung dengan sistem-sistem syaraf mereka (Severin and Tankard, 2008: 445). Dari konsep William Gibson tersebut, Benedikt (1991: 122-123) memunculkan definisi yang lebih formal dengan menyatakan bahwa “dunia maya” adalah realita yang terhubung secara global, didukung komputer, berakses komputer, multidimensi, artifisial, atau “virtual”. Dalam realita ini, setiap komputer adalah jendela, dimana akan terlihat atau terdengar objek-objek yang bukan bersifat fisik dan bukan representasi objek-objek fisik, namun lebih merupakan gaya, karakter, dan aksi pembuatan data, pembuatan informasi murni

Dalam pengertian umum sekarang ini, dunia maya adalah istilah komprehensif untuk *worldwide web*, internet, milis elektronik, kelompok-kelompok dan forum diskusi, ruang ngobrol (chatting), permainan interaktif multi-player, dan bahkan *e-mail* (Turkle, 1995).

Dengan demikian, yang dimaksud dengan komunikasi dunia maya adalah komunikasi yang dilakukan tidak dalam bentuk tatap muka langsung, akan tetapi interaksi mengirim atau menerima pesan atau informasi melalui internet.

Menurut Walther, dalam komunikasi ini disebut juga *komunikasi hiperspersonal*, yakni komunikasi dengan media internet yang menurut masyarakat sosial lebih menarik bila dibanding dengan komunikasi secara langsung.

Menurutnya, ada tiga faktor yang menyebabkan *komunikasi hiperspersonal* lebih menarik, yaitu:

1. E-mail dan jenis komunikasinya yang lain memungkinkan prewentas diri yang sangat selektif, dengan lebih sedikit penampilan atau perilaku yang tidak

diinginkan bila dibandingkan dengan komunikasi secara langsung (tidak perlu menata perilaku visual saat berkomunikasi melalui internet).

2. Orang yang terlibat dalam komunikasi via komputer kadang kala mengalami atribusi yang berlebihan yang di dalamnya mereka membangun kesan *stereotype* tentang partner mereka. Kesan-kesan ini sering mengabaikan informasi negatif, seperti kesalahan cetak, kesalahan ketik, dan sebagainya.
3. Ikatan intensifikasi bisa terjadi yang di dalamnya pesan-pesan positif dari seorang partner akan membangkitkan pesan-pesan positif dari rekan komunikasinya.

Baik komunikasi interpersonal maupun hiperpersonal, sasarannya pun sama, yaitu personal. Hanya saja, dalam komunikasi interpersonal itu benar-benar nyata dan empirik sedangkan dalam komunikasi hiperpersonal bersifat semu dan cenderung berlebih-lebihan. Sebagai contoh, ketika berkomunikasi lewat *facebook* lebih cenderung memberikan pesan yang sangat pribadi, meskipun tanpa saling mengenal sebelumnya.

b. Fungsi Komunikasi Dunia Maya

Dunia Maya atau yang sering disebut dengan Media Maya atau internet adalah salah satu media atau dunia virtual yang sengaja dibuat untuk mempermudah pekerjaan manusia atau interaksi antara satu orang dengan orang lainnya yang berada di tempat yang berbeda. Dengan tingkat kebutuhan yang beragam, sehingga Internet lebih cenderung disebut dengan Dunia Maya atau *Cyber World*, dengan fungsi yang beragam antara lain:

1. Menghubungkan orang dengan komputer, contohnya: *Remote connections* untuk pengecekan terhadap sekian banyak servers (belasan) yang tersebar di beberapa tempat (kota dan negara).
2. Menghubungkan komputer dengan komputer, contohnya; *Remote connections* terhadap setiap PC yang terhubung dengan jaringan LAN di *network* tertentu.
3. Menghubungkan orang dengan bank, contohnya: Internet Banking, dan sebagainya. Sebenarnya teori hak merupakan suatu aspek dari teori deontologi, karena hak berkaitan dengan kewajiban.

c. Komunitas Maya

Komunitas maya adalah komunitas-komunitas yang lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik daripada di dunia nyata. Salah satu bentuknya yang paling awal adalah *bulletin computeryang* diakses dengan menyambungkan modem pada tahun 1970-an. Ruang chatting, e-mail, milis dan kelompok-kelompok diskusi via elektronik adalah contoh baru tempat-tempat yang dapat dipakai komuniats untuk saling berkomunikasi.

Orang yang tinggal diberbagai penjuru dunia yang memiliki ketertarikan sama dapat berkumpul untuk membicarakannya di dunia maya. Howard Rheingold (1993) menyebutkan beberapa ajang gaul elektronik ini dalam bukunya *The Virtual Community* (Severin & Tankard,2011:445-447)

Berkembangnya dunia teknologi dan informasi menjadikan ruang-ruang diskusi elektronik tersebut ikut mengalami perkembangan pula. Berbagai fitur yang tadinya belum didapati seperti video dan foto kini sudah bisa dengan mudah diakses. Kecepatan penyampaian informasi juga semakin meningkat seiring

dengan penemuan penemuan baru yang semakin mendukung keberadaan media-media elektronik tersebut. Persaingan antar perusahaan operator selular juga dirasa kian menguntungkan bagi orang-orang yang telah bergantung pada kekuatan internet. Keberadaan jaringan super cepat telah menghilangkan kegelisahan pengguna internet akan dampak dari terbuangnya banyak waktu. Hal ini jelas menunjukkan bahwa *internet* dengan orang-orang yang bergantung padanya atau bisa disebut juga sebagai komunitas maya telah membawa dunia ke era dimana tatap muka bukanlah prioritas utama dalam berinteraksi.

E. Citra

Citra adalah tujuan pokok bagi suatu organisasi atau perusahaan. Pengertian citra itu sendiri abstrak atau intangible, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari penilaian, baik semacam tanda respect dan rasa hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap organisasi atau perusahaan tersebut dilihat sebagai sebuah badan usaha yang dipercaya, professional, dan dapat diandalkan dalam pembentukan pelayanan yang baik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990:667), Citra adalah pemahaman kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Sedangkan menurut Linggar dalam Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya (2000:69), bahwa “citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya.”

Citra didefinisikan sebagai proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut yang akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas (Ruslan, 2008:74).

Sedangkan menurut Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul psikologi komunikasi, citra adalah gambaran tentang tealitas dan tidak harus sesuai dengan realitas karena citra adalah dunia menurut persepsi kita (Rakhmat, 2007:223)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online.com, citra berarti rupa, gambar, gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. Menurut bahasa sastra, citra merupakan kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa, atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa dan puisi. (KBBI.id.Citra)

Menurut Frank Jefkins citra secara umum ialah kesan seseorang atau individu yang dihasilkan dari pengetahuan dan pengalamannya mengenai sesuatu yang muncul dan jefkins menambahkan bahwa citra merupakan suatu kesan yang dapat diperoleh dari pengetahuan dan pengertian seseorang mengenai suatu fakta atau kenyataan (Somirat, 2005:114)

Dari pernyataan diatas menjelaskan bahwa citra adalah sesuatu yang ditonjolkan secara nyata yang timbul berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang ada. Citra yang dimaksud disini adalah kesan yang ingin diberikan oleh perusahaan kepada publik atau khalayaknya agar timbul opini public yang positif tentang perusahaan tersebut. Hal lain menurut Ruslan dalam bukunya Manajemen

Humas dan Manajemen Komunikasi dan Aplikasi(1998: 63) menyebutkan bahwa landasancitraberakardari: “Nilai-nilai kepercayaan yang konkritnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persuasi, serta terjadinya proses akumulasi dari individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak, yaitu sering dinamakancitraataUIImage.” Menurut Frank Jefkins‘*Public Relations*’ (dalam Munandar, 1995:17-19) mengemukakan bahwa ada beberapa jenis citra yang penting untuk diketahui oleh seorang PR. Jenis-jenis Citra tersebut adalah sebagai berikut :

1. Citra Bayangan (Mirror Image)

adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.

2. Citra Yang Berlaku (Current Image)

adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi atau perusahaan.

3. Citra Yang Diharapkan (Wish Image)

adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Biasanya citra yang diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada.

Ketiga jenis citra tersebut penting untuk diketahui agar penilaian terhadap organisasi tersebut tidak hanya dilihat dari segi fisiknya saja akan tetapi juga penting untuk menambahkan teori pada penelitian ini.

1. Proses Pembentukan Citra

Selain citra dikenal juga sebagai gambaran mengenai suatu hal. Penggambaran tersebut juga memiliki proses dalam pembentukannya. Proses tersebut mengalami 4 tahap (Soemirat,2002:116) yaitu :

- a. Persepsi : persepsi disini ialah mengenai memaknakan atau mengartikan suatu rangsangan berdasarkan pengalaman terhadap rangsangan itu sendiri.
- b. Kognisi : setelah suatu individu sudah dapat mengartikan suatu rangsangan berdasarkan pengalamannya. Maka selanjutnya terjadi kognisi, dimana individu akan merasa yakin terhadap stimulus.
- c. Motif : motif disini bisa diartikan sebagai dorongan seorang individu untuk melakukan suatu hal tertentu untuk memenuhi tujuannya.
- d. Sikap : sikap yang dimaksud disini berarti sebuah kecondongan dalam diri untuk berpikir, bertindak dalam menghadapi suatu masalah, mengeluarkan suatu ide atau ide nilai yang ada di masyarakat.

Menurut (Somirat,2005:114), persepsi adalah hasil pengamatan terhadap suatu hal, atau stimulus yang diperoleh dengan suatu proses pemaknaan. Hal tersebut dimaksudkan bahwa khalayak akan memberikan makna atau arti terhadap stimulus berdasarkan pengalaman individu itu sendiri, kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Misalnya, kesan individu terhadap suatu tokoh atau peristiwa tergantung ke pada pengalaman individu itu sendiri. Sedangkan kognisi yaitu kemampuan manusia dalam mengenal suatu hal (Somirat,2005:114). Dalam kognisi, manusia melalui proses

pengenalan dengan stimulus yang diperoleh sehingga mengeluarkan respon tertentu. Kemudian, motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan atau kebutuhan masing-masing individu tersebut. Sikap diartikan sebagai kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong untuk menentukan apakah setuju/pro atau tidak setuju/kontra terhadap sesuatu. Sikap juga mengandung aspek evaluatif yang dapat mengubah sikap individu terhadap suatu hal.

Citra merupakan suatu gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya. Menurut Argenti, citra merupakan refleksi dari identitas perusahaan. Adapun beberapa hal yang membentuk identitas perusahaan menurut buku *Corporate Communication* yaitu visi, nama, dan logo serta perilaku karyawan. Karyawan menjadi salah satu hal terpenting dalam menentukan citra perusahaan. Karyawan yang terletak di garda terdepan menjadi penentu dalam pembentukan citra sebuah perusahaan.

Citra karyawan yang positif tentunya akan berdampak pada organisasi secara keseluruhan. Dalam Ruslan dikatakan citra yang baik dapat berkaitan dengan timbulnya respek (rasa hormat), kesan yang baik dapat menguntungkan suatu organisasi, produk, maupun jasa. Selain itu, perusahaan juga harus

mengelola citra positif yang telah mereka miliki. Dengan tetap mempertahankan citra positif tersebut, publik dapat melihat komitmen perusahaan pada publik.

Demikian halnya bagi Institusi Kepolisian Republik Indonesia, yaitu Polri yang menyadari pentingnya citra yang diemban oleh para petugas kepolisian di Indonesia. Sebab, selama ini masyarakat umumnya menganggap polisi ialah sosok yang menakutkan. Para polisi dianggap tegas dan kaku karena identik dengan orang yang akan memberikan hukuman kepada mereka jika mereka melakukan kesalahan.

Menurut Jendral Polisi (Purn) Drs. Kunarto, Polisi memiliki tiga pengertian, yaitu sebagai fungsi, sebagai organ kenegaraan, dan sebagai pejabat atau petugas (*personal*). Polisi dan masyarakat hidup berdampingan. Oleh karena itu, hubungan yang terjalin seharusnya berjalan dengan baik.

F. Media Sosial

Berikut ini adalah definisi dari sosial media yang berasal dari berbagai literatur-literatur penelitian yang dikutip oleh Nusrullah dalam bukunya yang berjudul Teori Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Kultur dan sosio Teknologi.

Media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Media sosial dan juga perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama untuk memperluas informasi secara searah. Tahun 2001, Muncul Ryze.com yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun 2002, muncul Friendster sebagai situs anak muda untuk saling berkenalan dengan

pengguna lain. Tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain menyusul kemunculan *Friendster*, *Flickr R*, *Youtube*, *Myspace*.

Hingga akhir tahun 2005, *Friendster* dan *Myspace* merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati. Lalu para pengguna Media sosial beralih ke *Facebook* yang sebenarnya telah di buat pada tahun 2004, tetapi baru saja booming pada tahun 2006. Pada Tahun 2010, Perusahaan *Burbn, Inc* adalah perusahaan teknologi stratup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya *Burbn, Inc*. Sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 peranti bergerak, namun CEO kedua Kevin Systrom dan Mike Kringer memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari *Burbn*, namun di dalamnya masih terdapat beberapa hal yang belum sempurna. Versi *Burbn* yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan di iPhone yang isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Itulah yang akhirnya menjadi sebuah aplikasi *Instagram*.

Sumber (Wikipedia.com/Defenisi.Instagram).

Media adalah untuk interaksi sosial, dengan menggunakan teknik komunikasi yang sangat mudah dan scalable. Media Sosial adalah penggunaan teknologi berbasis web dan mobile untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan sosial dan Michael Haenlein juga mendefinisikan

media sosial sebagai “kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas pondasi ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna.

Sekarang ada cukup banyak aktivis media sosial yang menggunakan Instagram untuk membangun pencitraan terhadap sesuatu misalkan berita dan produk. Hal ini karena pembangunan yang semakin berkembang pesat dengan meningkatnya jumlah pengguna Instagram. Bahkan mungkin cukup baru dibandingkan dengan media sosial lain seperti Facebook dan Twitter, tapi Instagram juga diminati oleh lembaga-lembaga untuk mendongkrak citranya.

Media sosial saat ini memiliki fungsi yang penting untuk membangun citra sosial, baik untuk kepentingan individu maupun kelompok. Di media sosial, kita memiliki banyak kesempatan untuk menulis gagasan, opini, dan berbagai hal untuk membangun citra diri. Dulu, persaingan untuk membangun citra diri hanya terbatas pada media cetak. Namun kini, media sosial menawarkan berbagai kemungkinan itu.

Dengan semakin berkembangnya zaman, era teknologi juga semakin canggih dan manusia semakin butuh inovasi baru, Berikut ini adalah beberapa macam Social Media yang kami rangkum special untuk anda semua :



Gambar 2.1

1. Friendster, menjadi social interaksi media pertama yang booming di dunia maya. Friendster menjadi daya tarik banyak orang, karena memudahkan orang untuk berkomunikasi antara satu sama yang lainnya, terutama untuk orang yang tinggal jarak jauh. Selain itu aplikasi status menjadi daya tarik orang-orang, karena kita dapat mengetahui aktivitas orang tersebut.



Gambar 2.2

2. Facebook, Sejak awal kemunculan Facebook sudah mengalahkan kemunculan Friendster. Beberapa aplikasi pada facebook yang tidak ada pada Friendster menjadi daya tarik Facebook.



Gambar 2.3

3. Twitter, Social media Twitter menjadi salah satu social media yang paling banyak digunakan. Aplikasi yang simple hanya dengan mengupdate status menjadi daya tarik para penggunanya.



Gambar 2.4

4. Blog-blog, Merupakan Social media yang lebih bersifat ke arah pribadi. Seseorang dapat menuliskan atau mencurahkan isi hatinya ke dalam blog.



Gambar 2.5

5. MySpace, Social media ini lebih sering dipakai oleh para musisi untuk mempromosikan musik mereka, terutama untuk para musisi indonesia.



Gambar 2.6

6. Youtube, Tidak berbeda jauh dengan MySpace, Youtube yang khusus untuk menampilkan video, menjadi social media untuk mempromosikan video klip baru para musisi atau mempromosikan film-film baru.

a. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.

Satu fitur yang unik di *Instagram* adalah memotong foto yang menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada kamera peranti bergerak.



Gambar 2.7

b. Nama Instagram

Instagram berasal dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “Insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata “Gram” berasal dari “Telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, Sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat di terima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.

c. Fitur *Instagram*

Kamera

Instagram mempunyai sejumlah fitur-fitur unggulan yang membuatnya digemari oleh jutaan pengguna. Yang pertama adalah fitur kamera, dimana lewat Instagram pengguna tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri. Tetapi dapat juga

langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi caption baru membagikannya.

Editor

Kedua, Instagram punya tool editor yang menjadi tempat bagi para pengguna untuk memoles foto yang di jepret lewat kamera perangkatnya. Di sini akan dijumpai 10 tooleditor tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan.

Tag dan Hashtag

Sebagaimana jejaring sosial pada umumnya, Instagram juga punya fitur tag dan hashtag yang fungsinya untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

Caption

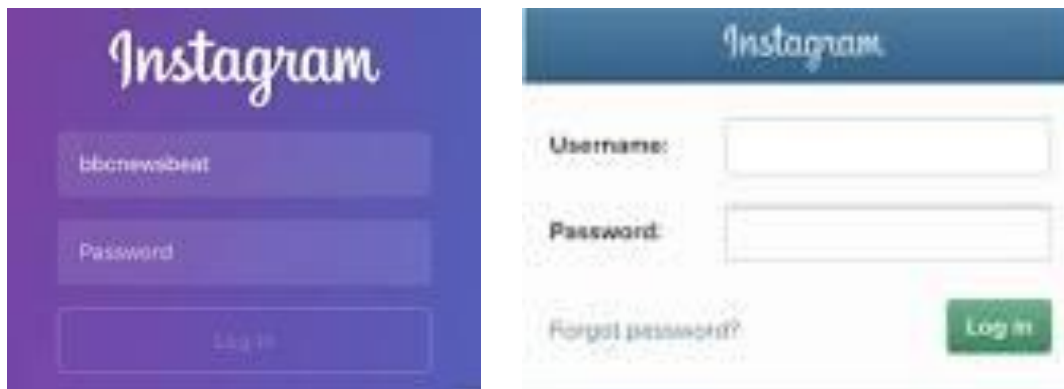
Caption berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan *hashtag*.

Followers

Akun-akun yang mengikuti akun kita, yang mana ketika kita mengunggah sebuah foto akan tampil di laman utama *Followers* ini.

Following

Akun yang kita ikuti, yang merupakan kebaikan dari *Followers* dimana sebuah fotoyang mereka unggah akan tampil di laman utama kita



Gambar 2.8

Adapun demikian, kekurangan dan kelebihan instagram adalah sebagai berikut :

Kelebihan Instagram:

1. Tidak berbayar

Untuk menggunakan instagram, anda tidak perlu membayar, hanya cukup mendownload atau dapat juga langsung membuka situsnya. Tidak seperti jika menggunakan website sebagai media online shop, tentu harus menyewa domain terlebih dahulu dengan biaya yang bervariasi. Oleh karena itu, untuk bisnis online shop pemula ada baiknya memilih sosial media sekelas instagram dibandingkan website.

2. Banyak digunakan

Seperti yang telah dipaparkan di atas, sejak di keluarkan pada tahun 2013, pengguna instagram di Indonesia semakin banyak hingga saat ini. Ini tentu menjadi lahan yang menguntungkan bagi para pembisnis online shop untuk memulai memasarkan produknya melalui instagram.

3. Mudah digunakan

Kemudahan yang ditawarkan instagram menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Memposting foto atau video, memfollow, mengomentari, memberi like, hingga searching sesuai hashtag pun dapat dilakukan dengan sangat mudah.

4. Promosi yang mudah

Dengan menggunakan instagram, anda dapat melakukan berbagai cara promosi dengan sangat mudah. Misalnya, dengan menggunakan hashtag, menggunakan jasa edrosement, atau juga metode paid promote/ shout for shout program.

5. Media utama berupa foto

Sebagai media sosial yang unggul dalam hal posting melalui foto, membuat media ini memberikan tampilan dan kualitas foto yang baik, yang tentu saja sangat cocok untuk media promosi online shop yang biasanya sangat mengandalkan foto produk.

6. Koneksi dengan sosial media lain

Kelebihan instagram yang memberikan koneksi dengan beberapa sosial media, membuat kemudahan tersendiri untuk para pembisnis online shop. Jadi anda dapat menghemat waktu karena tidak perlu melakukan posting berkali-kali di media sosial lain.

7. Media Online Shop

Sarana ini memudahkan dalam memasarkan produk melalui online yaitu online shop biasa kita sebut .. dengan ini barang dengan lebih cepat di ketahui orang banyak dan membangun awerness konsumen

8. Mudah Membuatnya

Membuat nya yang sangat praktis tidak berbelit belit dalam pendaftarannya.

Kelemahan Instagram:

1. Harus update secara berkala

Hampir sama seperti twitter, instagram memiliki timeline yang juga berjalan sangat cepat. Hal ini membuat penggunaannya khususnya pemilik online shop harus sesering mungkin melakukan posting foto atau video agar produk dapat dilihat oleh konsumen.

2. Spamming

Kemudahan yang diberikan instagram dalam hal berinteraksi, membuat sosial media ini sangat rawan spamming. Biasanya spamming bayak terlihat pada bagian komentar. Namun anda dapat menyiasatinya dengan memberlakukan private pada akun anda agar tidak sembarang orang dapat berkomentar pada postingan anda.

3. Transaksi yang kurang praktis

Instagram memang tidak dirancang sebagai media jual beli, jadi wajar ketika proses transaksinya kurang praktis ketika ada konsumen yang akan

membeli barang. Oleh karena itu, untuk pemilik online shop jangan lupa menyertakan kontak pada bagian profile dan caption pada setiap postingan.

4. Durasinya hanya 1 menit untuk upload video

Waktunya terlalu singkat untuk mengupload hal hal penting dalam sebuah video . terkadang waktunya tak sesuai yang kira inginkan.

5. Kutipan kata

Kutipan kata tidak bisa melebihi batas kapasitas karakter yang ditentukan, akibatnya keterangan dalam menulis beberapa berita tidak bisa yang diinginkan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan deskriptif dengan pendekatan kualitatif .Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, atau pun suatu kelas pemikiran pada masa sekarang . Menurut Bogdan dan Taylor dalam Maleong (2007:3), Penelitian deskriptif kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang –orang dan perilaku yang dapat diamati.

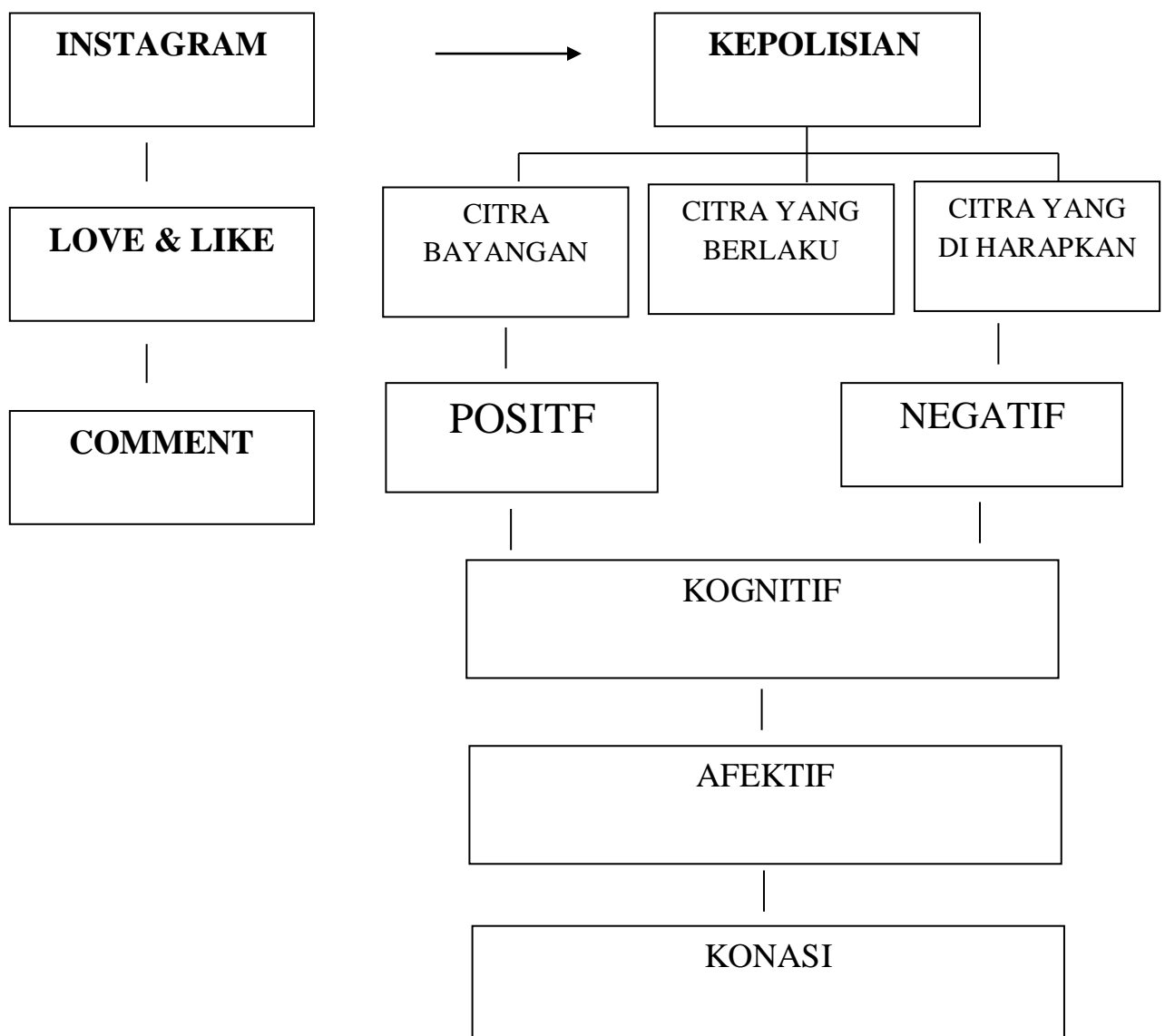
Meurut Rakhmat (2006:63), Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pernyataan-pernyataan dan data yang sifatnya hanya menggolongkan.

Dari definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian dengan menggunakan metode kualitatif merupakan sebuah prosedur yang bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya, serta orang-orang dalam kawasan yang diteliti, Dengan menghasilkan data yang bersifat menggambarkan sesuatu hal apa adanya, berupa kata-kata tertulis atau lisan.

B. Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah sebuah kerangka berpikir yang di jadikan sebagai landasan dalam momentum perspektif penelitian. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini peneliti menggambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka konsep



C. Defenisi Konsep

Definisi Konsep adalah penjabaran lebih lanjut mengenai kerangka konsep yang telah diklasifikasi ke dalam bentuk variabel yang akan di teliti. Definisi konsep operasional dan Opini Publik Terhadap Penggunaan *Instagram* Secara Negatif.

D. Kategorisasi

Kategori di artikan sebagai salah satu tumpukan dan seperangkat yang disusun atau dasar pikir, intuisi, dan kriteria tertentu (Bungin 2005: 59).

Kategori dalam penelitian merupakan turunan dari variabel Citra Kepolisian pasca penetapan Basuki Tjahaja Purnama Dugaan kasus penistaan Agama.

Konsep Teoritis	Konsep Operasional
a. Citra	a. Citra Bayangan (Mirror Image) b. Citra Yang Berlaku (Current Image) c. Citra Yang Diharapkan (Wish Image)

E. Narasumber

Narasumber adalah orang yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan informasi dalam penelitian. Oleh sebab itu yang menjadi narasumber penelitian ini adalah:

- 1) @cnnindonesia
- 2) @ungkapfakta
- 3) @berita_terkini_up

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah *Non Participant Observation*, yaitu observasi yang penelitiannya tidak ikut secara langsung dalam kegiatan atau proses yang sedang diamati, artinya peneliti mengumpulkan data melalui catatan-catatan pribadi atau hasil karya seseorang, teknik ini di sebut juga sebagai studi dokumenter.

Teknik ini digunakan karena peneliti melakukan penelitian dengan melihat dan mengikuti perkembangan netizen terhadap fonomena meme atas peristiwa yang sedang marak dan hangat di bicarakan.

Alat yang digunakan dalam teknik observasi ini antara lain : laptop dengan terkoneksi internet, lembar cek list, buku catatan, photo, dll.

a. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Observasi merupakan metode yang paling dasar dan paling tua, karena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses mengamati.

G. Teknik Analisis Data

Menurut Bodgan dan Biklen dalam Moleong (2006:248) analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja denga data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat di kelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang di pelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Menurut Miles dan Huberman dalam Gunawan (2013:210-211) menemukan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu :

- a. Reduksi Data (Data Reduction).
- b. Klarifikasi
- c. Paparan Data (Data Display)
- d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verifying).

Penggunaan metode tersebut diambil dengan pertimbangan bahwa peneliti berusaha untuk melihat pengguna Instagram dalam meningkatkan Citra Kepolisian pasca penetapan Basuki Tjahaja Purnama Dugaan Kasus Penistaan Agama Di Media sosial Instagram.

H. Lokasi dan Waktu Penelitian

- a) Pada Januari 2017 sampai Maret 2017.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

Pada penelitian ini untuk memperoleh data, tidak hanya menggunakan studi kepustakaan saja, akan tetapi untuk mendapatkan sebuah informasi juga bisa dilakukan melalui observasi Non-participant. Ketika melakukan penelitian, penulis mengobservasi akun di Media sosial instagram yang membahas tentang citra kepolisian pasca penetapan Basuki tjahaja purnama sebagai tersangka kasus dugaan penistaan Agama.

Dalam penelitian ini penulis meneliti sebanyak tiga akun media sosial instagram, ketiga akun tersebut merupakan akun yang mengunggah sebuah berita terkait citra polisi di media sosial instagram mengenai kasus penistaan Agama.

Tabel 4.1

NO	Narasumber	Komentar			
		Positif	Jumlah	Negatif	Jumlah
1	@cnmindonesia	@ibalregarr3 : memberi kepercayaan kepada pihak polri	1	@Julianti : tidak menyukai polisi dan ahok selaku pejabat	1
		@syahsarul : Lebih menyerahkan kasus ini di tangan polri	1	@nisatece : kinerja polri yang lamban	1

Dalam sebuah unggahan dari akun @cnmindonesia yang berisikan sebuah foto tentang dan caption atau kutipan kata foto “ Kapolri Jendral Tito Karnavian dan panglima TNI Jendral Gatot Nurmantyo langsung turun ke lokasi demo untuk menenangkan massa, Melalui pengeras suara Tito dan Gatot juga meminta anak

buahnya untuk tidak membalas serangan pedemo. Tito dan Gatot keluar dari istana dengan pengawalan ketat petugas” dengan foto kepolisian sedang berada di tengah pendemo.

Berdasarkan kategorisasi citra yang diharapkan, dapat dilihat melalui komentar netizen di media sosial instagram seperti akun @syahsarul memberikan komentar positif terhadap kasus yang bergulir dalam penanganan polri dalam kasus dugaan penistaan agama, “Lebih menyerahkan kasus ini di tangan polri” dapat disimpulkan bahwa citra polisi masih dapat ditoleransi dengan baik kemudian komentar ini masuk pada kategorisasi citra yang diharapkan.

Sedangkan akun @nisatece akun tersebut berkomentar berdasarkan kategorisasi citra yang berlaku. Akun tersebut berkomentar “kinerja polisi yang lamban” dalam komentar tersebut penulis menilai netizen tersebut mengharapkan kinerja polisi cepat dalam menangani dan menuntaskan kasus penistaan agama yang dilakukan oleh Basuki tjahaja purnama.

Kemudian kategorisasi citra yang berlaku, akun @julianti berkomentar “Tidak menyukai polisi dan ahok selaku pejabat” dalam komentar ini penulis menganalisis akun tersebut beranggapan ahok selaku gubernur tidak layak berbicara seperti itu dan polisi tidak berat sebelah dalam memproses kasus ini.

Dari keempat netizen yang mengomentari postingan @cnnindonesia tersebut, tentunya banyak pandangan mengenai citra kepolisian pasca menetapkan status tersangka kepada Basuki tjahaja purnama atas kasus penistaan agama masih memandang citra polisi kurang baik. Komentar yang sekiranya positif dipahami

bahwa masih mengandung makna ragu-ragu dalam artian yang mengomentari sebuah unggahan tersebut tidak memeberikan pernyataan mengenai citra kepolisian, isi dari komentarnya hanya melayangkan tanggapan yang belum jelas tujuannya, sedangkan diambil dari komentar negatif netizen tersebut memberikan komentar tentang kinerja polisi yang lama dalam menangani kasus khususnya penodaan atau penistaan agama islam tersebut. Karenanya hal itu dapat disimpulkan dari komentar yang diambil oleh penulis, komentar-komentar tersebut menunjukkan dalam penanganan kasus ini polisi mendapatkan penilaian yg cukup buruk, tentunya ini menyangkut kepada kinerja polisi.

Tabel 4.2

NO	Narasumber	Komentar			
		Positif	Jumlah	Negatif	Jumlah
1	@ungkapfakta	@firstpertama1 : sangat baik,tegas dan tanpa kompromi	1	@maulindhart_17 : kacau balau @efran_mpan : berat sebelah,harusnya jadi pengayom masyarakat ehh malah jadi pengayom rezim dan mendzalimi masyarakat @ddeadull : karna satu orang ini, citra institusi polisi buruk sekali.. pesan buat polisi yang jujur,klo atasan kalian memerintah sesuatu yg tdk	1 1

				sesuai dgn peraturan dan hati nurani kalian,serta merugikan masyarakat banyak tolong jangan diikuti.karna kalian bekerja untuk rakyat bukan untuk atasan! Tugas kalian mengayomi dan melindungi.	
2	@ungkapfakta Bagaimana citra kepolisian dalam kepemimpinan bpk TITO Karnavian.. a.baik b.sangat baik c. buruk d.sangat buruk	@ramadhanawpzzz : sangat baik @fariz.ester : sangat baik	1 1	@hardiantoti: D @nuynazwa : tidak ada kata yag pantas buat yg satu ini @farel_rizky : D.Sangat buruk @sicaksono_ukie : D @tomyprananda_09 : D @haekal_nm : D @kang2776 : buruk ah @faisal_abqory : C	1 1 1 1 1 1

Dalam sebuah postingan yang di unggah oleh akun media sosial instagram @ungkapfakta , postingan tersebut berisikan foto dan caption tentang citra polisi sebagaimana dalam foto tersebut terdapat foto bapak Tito karnavian dan tulisan “bagaimana CITRA POLISI dibawah kepemimpinan bpk TITO karnavian.. A.baik B.sangat baik C.buruk D.sangat buruk “ kemudian unggahan tersebut

berisikan caption atau kutipan kata di dalam foto “diminta ikutan survei silahkan pilih bebas tanpa tekanan, paksaan dan intimidasi. belajar jujur tdk perlu di tutupi.. berpatisipasilah.. follow @ungkapfakta” . Berdasarkan komentar netizen pada sebuah unggahan @ungkapfakta, netizen lebih cenderung mengomentari buruknya citra polisi pasca kasus penistaan agama tersebut. Namun ada komentar yang masuk dalam kategorisasi citra yang berlaku, “ @firstpertama1 : sangat baik,tegas dan tanpa kompromi “ netizen tersebut menilai kinerja polisi yang menangani kasus penistaan agama tersebut sangat baik kemudian sikap tegas polisi dalam menangani kasus-kasus. Tentunya polisi menuai citra positif berdasarkan komentar dari netizen @firstpertama1.

Sedangkan masuk dalam komentar negatifnya para netizen, peneliti menilai komentar netizen “ @maulindhart_17 : kacau balau “ masuk dalam kategorisasi citra bayangan. Komentar ini bertujuan mengkritik kinerja yang kacau balau sehingga netizen tersebut beranggapan bahwa citra polisi sangat kacau.

Menurut komentar dari netizen yang memberi kritik terhadap unggahan tersebut. Berdasarkan kategorisasi citra yang diharapkan, komentar “@efran_mpan : berat sebelah,harusnya jadi pengayom masyarakat ehh malah jadi pengayom rezim dan mendzalimi masyarakat. Komentar ini menunjukkan protes terhadap kinerja polisi yang sudah tidak menjalani tugasnya sebagaimana tugas polisi ialah melayani, mengayomi masyarakat serta menjalankan aturan yang diterapkan. Dan komentar dari “@ddeadull : karna satu orang ini, citra institusi polisi buruk sekali.. pesan buat polisi yang jujur,klo atasan kalian memerintah sesuatu yg tdk sesuai dgn peraturan dan hati nurani kalian,serta

merugikan masyarakat banyak tolong jangan diikuti.karna kalian bekerja untuk rakyat bukan untuk atasan! Tugas kalian mengayomi dan melindungi. Sedangkan komentar dari netizen ini bermaksud mengkritik atas kinerja serta citra polisi pasca kasus penistaan agama islam. Netizen tersebut meneilai polisi seperti melindungi tersangka dari jeratan hukum dikarnakan oleh status Basuki tjahaja purnama sebagai Gubernur non aktif DKI Jakarta, kemudian netizen tersebut memberi komentar yang dapat dianggap sebagai suatu bentuk harapan yang di inginkan oleh masyarakat luas agar polisi lebih cekatan lagi dalam menangani kasus penistaan agama tersebut.

Netizen yang berkomentar terhadap sebuah postingan tersbut menunjukkan komentarnya tentang citra kepolisian dan kinerjanya dalam menangani setiap kasus. Namun berbeda dengan kasus penistaan agama, pihak kepolisian di kritik kinerjanya yang lambat dan cendrung tidak menunjukkan hasil dari proses penetapan Basuki tjahaja purnama sebagai dugaan kasus penistaan agama.

Berdasarkan foto yang diunggah oleh @ungkapfata yang mengadakan sebuah survei tentang citra kepolisian dibawah kepemimpinan bpk Tito Karnavian yaitu netizen banyak memberikan suara utnuk pilihan “D.Sangat buruk” sedangkan ada beberapa pilihan diantaranya ialah sebagai berikut. “A.baik , B.Sangat baik C. Buruk dan D.Sangat Buruk”. Adapun komentar netizen yang penulis ambil jumlah yang memberikan pilihan C dan D sangat b berbanding dengan komentar positifnya “@ramadhanawpzzz : sangat baik dan @fariz.ester : sangat baik” dapat dikaitkan dengan citra bayangan kedua netizen tersebut beranggapan citra

kepolisian sangat baik menurut pendapat mereka sebagai netizen yang mengomentari sebuah postingan tersebut.

Kemudian komentar negatif dalam sebuah unggahan @ungkapfakta mengenai citra kepolisian, komentar dari netizen “@hardiantoti: D @nuynazwa : tidak ada kata yang pantas buat yg satu ini, @farel_rizky : D.Sangat buruk, @sicaksono_ukie : D, @tomyprananda_09 : D, @haekal_nm : D, @kang2776 : buruk ah, @faisal_abqory : C”. dengan jumlah yang berbeda tentunya citra polisi selama ini banyak dianggap netizen tidak baik dan bisa dikaitkan dengan citra yang berlaku, sebagaimana citra tersebut merupakan sebuah pandangan yang sudah dianggap dan dijadikan karakteristik polisi sehingga berdampak kepada citranya polisi.

Beberapa netizen yang mengomentari pada akun @cnnindonesia dan @ungkapfakta dalam observasi peneliti, menunjukkan hasil bahwasanya komentar yang ada di media sosial instagram tidak berimbang melainkan komentar tersebut cenderung menunjukkan kritikan negatif terhadap citra kepolisian, baik itu mengomentari cara kerjanya, kemudian citra polisi dalam menangani kasus penistaan agama tersebut.

Komentar negatif yang beredar diunggah kedua akun tersebut menunjukkan rasa kekecewaan netizen terhadap polisi yang tidak memberi kepastian terhadap status tersangkanya Basuki tjahaja purnama dalam kasus penistaan agama. Hal itu tentu tidak dapat di toleransi oleh netizen yang berkomentar buruk tentang citra polisi dikarenakan sangat lama.

Pernyataan negatif yang kerap kali beredar di media sosial instagram menjadikan kasus ini layak diperbincangkan sebab membicarakan tentang citra kepolisian maka dari itu memudahkan peneliti untuk mengobservasi kasus tersebut. Netizen yang memberikan komentar atau tanggapannya merupakan sebuah bentuk aspirasi masyarakat terhadap pihak kepolisian agar menuntaskan kasus penistaan agama dengan cepat agar tidak ada lagi kasus yang serupa. Dan besar harapan masyarakat terhadap kinerja polisi agar menuai citra yang positif sebagai mana seharusnya polisi adalah alat negara yang mengatasi kasus-kasus yang di anggap melanggar hukum yang ada.

Dari beberapa komentar yang diambil penulis, komentar tersebut ialah komentar yang telah di pilih yang menyangkut masalah citra kepolisian saja dalam melakukan proses kasus penistaan agama, agar tidak menyimpang dari rumusan masalah maka dari itu komentar yang sekiranya menyangkut agama dan komentar yang membahas tentang tersangka Basuki tjahaja purnama selaku gubernur non aktif DKI Jakarta.

Tanggapan seperti ini tentunya didasari kepada kinerja polisi yang lama dan cenderung mengulur waktu untuk memproses sebuah kasus atau tindakan yang di anggap melanggar hukum. Karenanya wajar bila polisi mendapatkan penilaian terhadap citranya yang kurang baik walaupun dibalik tanggapan tersebut ada beberapa netizen yang beranggapan citra polisi cukup baik.

Adapun komentar yang dianggap sebagai provokasi penulis tidak menambahkannya kedalam tabel dikarenakan ada pihak yang berwenang telah mengambil tindakan untuk menghapusnya.

Tabel 4.3.

NO	Narasumber	Komentar			
		Positif	Jumlah	Negatif	Jumlah
1	@berita_terkini_up	<p>@ibalsept : ayo pak polisi!! Tuntas kan segera kasus ini, agar citra polisi dimata masyarakat menjadi baik dimana selama ini citra kepolisian cenderung berat kepada pihak penguasa</p> <p>@sraswati : citra polisi dapat dinilai dgn kinerja ketika menuntaskan sebuah kasus, harapan saya kinerjanya harus lebih baik lagi dan cepat dalam memprosesnya</p>	1	@everliefly : polisi cenderung menarik ulur waktu untuk mendapatkan kepastian data yang lebih jelas dan akurat dalam melakukan sikap dan tindakan kedepannya	1

Adapun bahan observasi tabel 4.3 terdapat sebuah unggahan dengan kutipan kata foto (*caption*) yaitu “@berita_terkini_up kinerja polisi yang menangani kasus penodaan agama, bagaimana menurut kalian guys” dengan foto Bapak Tito Karnavian yang sedang berada dalam kerumunan polisi serta disebelahnya ada anggota kepolisian yang mengenakan pakaian *turn back crime* tampak sedang berjalan dengan Jendral kepolisian indonesia.

Dalam beberapa komentar yang dikutip penulis mendapatkan komentar netizen yang bisa dikutip berdasarkan kategorisasi penelitian ini. Diantaranya komentar netizen “@ibalsept : ayo pak polisi!! Tuntas kan segera kasus ini, agar citra polisi dimata masyarakat menjadi baik dimana selama ini citra kepolisian cenderung berat kepada pihak penguasa” komentar ini masuk pada citra yang diinginkan, komentar tersebut mendukung pihak polisi untuk menuntaskan dan memberikan aspirasi terhadap citra kepolisian selama ini yang dianggap kurang baik. Kemudian komentar netizen tersebut meminta agar tidak berpihak kepada penguasa memiliki maksud dan tujuan untuk tidak melihat status tersangka sebagaimana Basuki tjahaja purnama adalah seorang gubernur dan tokoh politik yang dikenal dengan sikap tegas beliau dalam bekerja. Disamping itu beliau sudah di tetapkan sebagai tersangka oleh pihak polisi atas dugaan kasus penistaan agama islam.

Berdasarkan citra bayangan, komentar netizen “@everliefly : polisi cenderung menarik ulur waktu untuk mendapatkan kepastian data yang lebih jelas dan akurat dalam melakukan sikap dan tindakan kedepannya”. Dapat dinilai bahwa polisi cenderung lama dalam menuntaskan sebuah kasus termasuk kasus penistaan agama. Tentunya pandangan ini terkandung kognitif yang negatif terhadap citra polisi dalam menangani kasus penistaan agama.

Secara afektif penulis melihat dari komentar netizen menilai bahwa polisi tidak terlalu cepat dalam mempelajari dan memproses kasus penistaan agama, karnanya perlu menunggu agar kasus ini di usut tuntas sampai kepada penyelesaian akhir.

Berdasarkan kategorisasi citra yang berlaku, komentar netizen “@sraswati : citra polisi dapat dinilai dgn kinerja ketika menuntaskan sebuah kasus, harapan saya kinerjanya harus lebih baik lagi dan cepat dalam memprosesnya”. Netizen ini menilai dan memberi harapan untuk pihak polisi agar lebih cepat dalam menuntaskannya sebagaimana citra dan kinerja polisi selalu jadi pantauan masyarakat luas terlebih lagi, melalui sebuah postingan yang beredar di media sosial tentu terdapat banyak komentar dan aspirasi masyarakat terhadap citra polisi itu sendiri. Demikian observasi non-participant yang dilakukan penulis dalam mematangkan penyajian data dalam penelitian ini.

Adapun komentar yang dikutip kedalam penelitian ini dan dapat dikaitkan dengan tiga kategorisasi tentang citra. Dari keseluruhan netizen yang memberikan komentar untuk mengetahui jumlahnya untuk itu penulis merangkumnya kedalam satu tabulasi.

Tabel 4.4

NO	KATEGORISASI	NARASUMBER	KOMENTAR	JUMLAH
1	CITRA BAYANGAN	@CNNINDONESIA	@firstpertama1 : sangat baik,tegas dan tanpa kompromi	1
2	CITRA BAYANGAN	@berita_terkini_up	@everliefly : polisi cenderung menarik ulur waktu untuk mendapatkan kepastian data yang lebih jelas dan akurat dalam melakukan sikap	1

			dan tindakan kedepannya.	
3	CITRA YANG BERLAKU	@CNNINDONESIA	@Julianti : tidak menyukai polisi dan ahok selaku pejabat	1
4	CITRA YANG BERLAKU	@CNNINDONESIA	@nisatece : kinerja polisi yang lamban	1
5	CITRA YANG BERLAKU	@Ungkapfakta	@maulindhaert_17 : kacau balau	1
6	CITRA YANG BERLAKU	@Ungkapfakta	@erfan_mpan : berat sebelah,seharusnya jadi pengayom masyarakat ehh malah jadi pengayom rezim dan mendzalimi masyarakat	1
7	CITRA YANG DIHARAPKAN	@berita_terkini_up	@sraswati : citra polisi dapat dinilai dgn kinerja ketika menuntaskan sebuah kasus, harapan saya kinerjanya harus lebih baik lagi dan cepat memprosesnya	1
8	CITRA YANG DIHARAPKAN	@CNNINDONESIA	@ibalregarr3 : memberi kepercayaan kepada pihak polri	1
9	CITRA YANG DIHARAPKAN	@CNNINDONESIA	@syahsarul : lebih	1

			menyerahkan kasus ini di tangan polri	
10	CITRA YANG DIHARAPKAN	@Ungkapfakta	@ddeadull : karna satu orang ini, citra institusi polisi buruk sekali.. pesan buat polisi yang jujur,klo atasan kalian memerintah sesuatu yg tdk sesuai dgn peraturan dan hati nurani kalian,serta merugikan masyarakat banyak tolong jangan diikuti.karna kalian bekerja untuk rakyat bukan untuk atasan! Tugas kalian mengayomi dan melindungi.	1
11	CITRA YANG DIHARAPKAN	@Berita_terkini_up	@ibalsept : ayo pak polisi!! Tuntas kan segera kasus ini,agar citra polisi dimata masyarakat menjadi baik dimana selama ini citra kepolisian	1

			cendrung berat kepada pihak penguasa	
--	--	--	--	--

Pada tabel ini terdapat komentar yang bisa dikaitkan dengan kategorisasi tentang citra. Adapun komentar netizen yang negatif dan positif dapat juga dikaitkan dengan citra sesuai yang ada pada kategorisasinya.

B. Pembahasan Data

Pasca penetapan Basuki tjahaja purnama sebagai tersangka dugaan kasus penistaan agama, tentu membuat masyarakat banyak memiliki pandangan terhadap kasus tersebut. Dalam penanganan polisi kasus ini tentunya diusut dan diproses hingga menemukan titik kejelasan terhadap apa yang sedang bergulir.

Dalam kasus ini Basuki tjahaja purnama atau yang sering disapa Ahok, gubernur DKI jakarta non aktif itu dijerat Pasal 156 “Barang siapa di rnuka umum menyatakan perasaan permusuhan, kebencian atau penghinaan terhadap suatu atau beberapa golongan rakyat Indonesia, diancam dengan pidana penjara paling lama empat tahun atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah. Perkataan golongan dalam pasal ini dan pasal berikutnya berarti tiap-tiap bagian dari rakyat Indonesia yang berbeda dengan suatu atau beberapa hagian lainnya karena ras, negeri asal, agama, tempat, asal, keturunan, kebangsaan atau kedudukan menurut hukum tata negara”. Dan “Pasal 156aDipidana dengan pidana penjara selama-lumanya lima tahun Dapat dianalisis bahwa dari tabel 4.1 sampai pada tabel 4.3 komentar dari netizen banyak yang memberikan komentar negatif terhadap penanganan kasus penistaan agama yang diproses oleh pihak kepolisian.

Perbandingan yang terlihat jauh jumlahnya dalam sebuah postingan @ungkapfakta dirangkum pada tabel 4.2 dimana dalam postingan tersebut mengenai survei terhadap citra kepolisian sangatlah dominan memilih buruk untuk citra kepolisian.

Data yang di peroleh dari hasil penelitian ini dapat di analisis sebagai berikut.

Terlihat pada tabel 4.1 di akun instagram @cnnindonesia komentar dari netizen terlihat berimbang antara yang memberikan komentar positif dan komentar negatif terhadap kinerja kepolisian dalam penanganan kasus dugaan penistaan agama islam. Untuk tabel 4.2 di akun instagram @ungkapfakta terlihat komentar dari netizen cenderung kearah komentar negatif terhadap institusi kepolisian dalam penanganan kasus dugaan penistaan agama islam.

Pada tabel 4.3 di akun instagram @berita_terkini_up dapat dilihat komentar netizen selisih tipis antara yang memberikan komentar positif dan komentar negatif terhadap institusi kepolisian dalam penanganan kasus dugaan penistaan agama islam. Untuk tabel 4.4 berisi data komentar dari keseluruhan akun instagram dengan hasil komentar netizen yang lebih dominan negatif terhadap kinerja kepolisian dalam menangani kasus dugaan penistaan agama islam.

Dengan demikian dapat disimpulkan citra kepolisian pasca penetapan Basuki Tjahaja purnama sebagai tersangka dugaan penistaan agama islam di media sosial instagram menunjukkan hasil citra yang negatif terhadap kinerjanya. Dengan adanya kasus penistaan agama citra kepolisian sangatlah berpengaruh besar terhadap kinerjanya dalam memproses kasus penistaan agama tersebut. Karena

sebagaimana tugas dari media ialah memberikan informasi baik peristiwa, fenomena dan kejadian yang ada di sekitar masyarakat.

Kinerja polisi yang sudah menangani kasus ini kemudian memprosesnya tentu tidaklah menemukan titik terangnya sebagaimana telah ditetapkan status tersangka kepada Basuki Tjahaja Purnama selaku Gubernur non aktif DKI Jakarta. Polisi sebagaimana dikatakan alat negara yang berperan dalam memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum serta memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka terpeliharanya keamanan dalam negeri.

Hal ini tentu menjadi semakin jadi perbincangan hangat dikarenakan polisi kurang transparan dan cekatan dalam menangani kasus penistaan agama, sehingga masyarakat bisa saja berasumsi karena status Basuki Tjahaja Purnama sebagai Gubernur non aktif, ada anggapan miring masyarakat bahwa polisi seperti melindunginya. Kemudian polisi menuai citra yang negatif berdasarkan komentar yang ada di akun media sosial Instagram tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa citra kepolisian Indonesia pasca penetapan Basuki Tjahaja Purnama sebagai tersangka dugaan kasus penistaan agama masih memiliki citra yang baik karena telah memproses dan menjalankan tugasnya sebagaimana yang telah diatur oleh hukum dan ketentuan yang ada. Dan tindakan pihak kepolisian masih bisa dianggap cukup tegas pasca melayangkan status tersangka dan memproses kasusnya. Tidak lupa juga kinerja polisi tentu banyak bantuan dari pihak TNI dan jajaran untuk mengawal aksi-aksi yang sudah bergulir.

Akan tetapi tingkat kepuasan masyarakat terhadap citra kepolisian tidaklah banyak yang memilih bahwa dibawah kepemimpinan bapak Tito Karnavian selaku Jendral Polri citranya baik, hal itu dikarenakan masih adanya kelemahan dalam masa kepemimpinannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan observasi isi di media sosial instagram yang membahas tentang citra kepolisian dan mengikuti bergulirnya kasus penistaan Agama islam, dapat disimpulkan bahwa “citra kepolisian pasca penetapan Basuki Tjahaja Purnama sebagai tersangka dugaan kasus penistaan agama di media sosial instagram“ adalah sebagai berikut :

1. Terbagi dua sisi komentar netizen terhadap citra kepolisian pasca penetapan Basuki Tjahaja Purnama sebagai tersangka dugaan kasus penistaan agama islam. Terlihat lebih dominan komentar negatif terhadap citra kepolisian.
2. Dari komentar netizen yang dirangkum, terlihat citra yang berlaku terhadap institusi kepolisian masih mendapat pandangan negatif, Meskipun demikian masyarakat masih memiliki citra yang diharapkan untuk institusi kepolisian.
3. Media sosial menjadi pilihan untuk memudahkan pengguna sosial media untuk memberi komentar, aspirasi, masukan, kritikan terhadap sebuah unggahan.

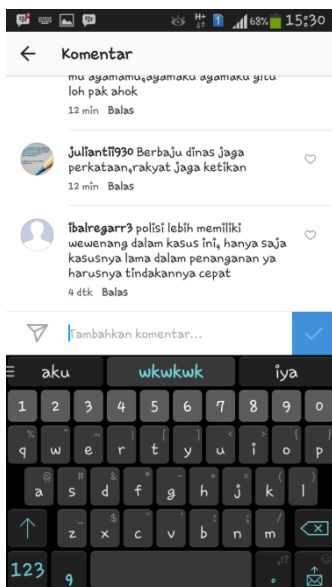
B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang citra kepolisian pasca penetapan Basuki Tahaja Purnama sebagai tersangka dugaan kasus penistaan Agama Islam di media sosial instagram dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mendapatkan informasi tentang citra kepolisian.
2. Diharapkan penelitian lanjutan lebih memperhatikan kembali dalam memilih media sosial mana yang baik untuk diteliti.
3. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk perbandingan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian yang serupa.

Lampiran

Berikut lampiran foto postingan dan komentar para netizen tentang bagai mana citra kepolisian pasca penetapan basuki tjahaja purnama sebagi tersangka dugaan kasus penistaan Agama di media sosial instagram.



DAFTAR PUSTAKA

- Apriandi Tamburaka , 2013 , *Agenda Setting Media Massa* , Jakarta : Rajawali Pers
- Baran,J Stanley.2012,*Pengantar Komunikasi Massa Melek Media Dan Budaya*,Erlangga,Jakarta.
- Dr. Sugeng Pujileksono, M.Si , 2015 , *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* , Kelompok Intrans Publishing : Malang
- Effendy , Onong U chjana , 2002 Ilmu komunikasi teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja R osdakarya
- Effendy , Onong , 2000 , Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi , Bandung : Pt.Rosdakarya
- Effendy , Onong U chjana , 2002 Ilmu komunikasi teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja R osdakarya
- Effendy , Onong , 2000 , Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi , Bandung : Pt.Rosdakarya
- Henry Subiakto , Rachman Ida , 2014 , *Komunikasi politik, Media, dan Demokrasi*
- Idrus,Muhamad.2009,*Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*,PT Gelora Aksara Pratama,Yogyakarta.
- Nuruddin , 2007, Pengantar Komunikasi Massa, Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Nuraini , 2012 , S.Ikom , Konsep Diri Remaja Penggemar Berbagi Foto Selfie Melalui Media Sosial Instagram , Ilmu Komunikasi
- Muhammad,Arni.2014,*Komunikasi Organisasi*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Karina Silvi , 2012 , S.Ikom , *MEdia Sosial Twitter Dalam Mensosialisasikan Warisan Budaya Kota Medan* , Ilmu Komunikasi
- Sheifti Dyah Alyusi , 2016 , *Media Sosial : Interaksi, Identitas, Dan Modal Sosial* Prenada media group : Jakarta
- Widjaya H.A.W , 2000, Ilmu Komunikasi pengantar studi . Rineka Cipta
- Penggunaan Media Sosial Twitter dalam meningkatkan citra partai politik.

Sumber Lain

KepolisianNegaraRepublikIndonesia.com di akses pada Tanggal : 5 Desember 2016

<http://semuapengertian.blogspot.co.id> di akses pada tanggal : 16 Desember 2016

Wikipedia.com/Defenisi.Instagram di akses pada Tanggal : 25 Desember 2016

<http://abazariant.blogspot.co.id/2012/10/definisi-kognitif-afektif-dan-psikomotor.html>. Diakses pada tanggal : 21 Januari 2017

<https://rosit.wordpress.com/2010/03/05/citra-politik-dan-politik-citra/>). Diakses pada tanggal 27 Januari 2017

http://www.kompasiana.com/leonmark/kelebihan-dan-kekurangan-instagram_55eda3fad49273840fc2d6e0. Diakses pada tanggal : 1 Februari 2017

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Gambar 2.1	36
Gambar 2.2	37
Gambar 2.3	37
Gambar 2.4	38
Gambar 2.5	38
Gambar 2.6	38
Gambar 2.7	38
Gambar 2.8	41
Tabel 4.1	50
Tabel 4.2	52
Tabel 4.3	58
Tabel 4.3	60