

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

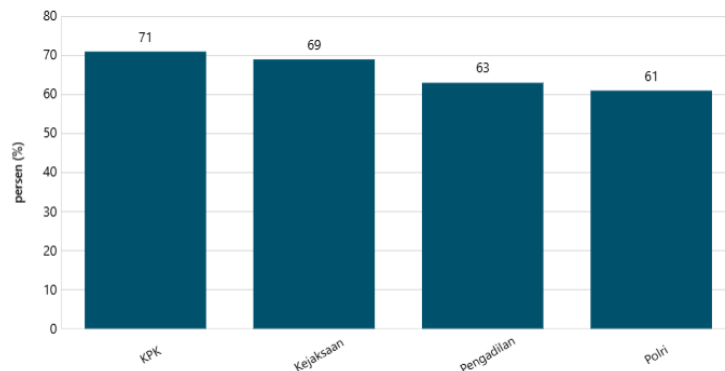
Lembaga penegak hukum di Indonesia memiliki tanggung jawab dalam menjaga keamanan dan ketertiban dalam melayani masyarakat. Masyarakat sebagai aspek yang dilayani juga turut mengawasi lembaga tersebut. Kesalahan yang dilakukan oleh lembaga penegak hukum akan memberikan dampak buruk bagi lembaga tersebut. Dampak tersebut dapat mempengaruhi citra pada masyarakat sehingga akan menciptakan persepsi buruk terhadap lembaga pemerintah tersebut. Lembaga penegak hukum di Indonesia yang sering menjadi perbincangan masyarakat adalah Kepolisian Republik Indonesia.

Kepolisian Republik Indonesia merupakan lembaga penegak hukum yang bertugas dalam melindungi, mengayomi, dan melayani masyarakat. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia No.2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia menjelaskan terkait tujuan kepolisian adalah menciptakan, mengayomi, dan melindungi masyarakat dengan menjunjung tinggi Hak Asasi Manusia. Tentunya seluruh aktivitas yang dilakukan oleh polisi selalu berkaitan dengan masyarakat yang berhubungan langsung dengan masyarakat (Supriyanto et al., 2021).

Bersumber dari buku “Wajah Polisi Presisi: Melahirkan Banyak Inovasi dan Prestasi ” yang ditulis oleh Edi Hasibuan selaku ketua Lemkapi (Lembaga Kajian Strategis Kepolisian Indonesia), dalam masa jabatan Kapolri Jendral Listyo Sigit Prabowo mengusung program polri presisi (Prediktif,

Responsibilitas, dan Transparansi Berkeadilan). Prediktif merupakan membangun kejelasan dalam memprediksi permasalahan agar menciptakan keteraturan dalam masyarakat. Responsibilitas merupakan perkataan, sikap, dan perilaku dalam menciptakan keamanan kepada masyarakat. Transparansi berkeadilan merupakan sistem terbuka dalam menyampaikan informasi. Program ini merupakan proses pemantapan dari program sebelumnya dengan berbagai program yang diluncurkan untuk menjadikan polri dipercaya oleh masyarakat (Hasibuan, 2023). Fokus utama yang dikedepankan oleh Polri terdapat tiga hal yaitu bertumpu pada kepentingan masyarakat, menjunjung tinggi Hak Asasi Manusia, pemeliharaan Kamtibmas, dan melindungi demokrasi (Hasibuan, 2023). Polri juga berjanji untuk meminimalisir budaya koruptif, menghapuskan arogansi kekuasaan, dan menghilangkan kebiasaan kekerasan (Hasibuan, 2023).

Namun pada kenyataannya, hal ini berbanding terbalik sehingga terdapat banyak masyarakat yang merasa resah kepada kepolisian terkait dengan hal-hal yang dilakukan kepada masyarakat sehingga tingkat kepercayaan kepolisian menjadi menurun di mata masyarakat.



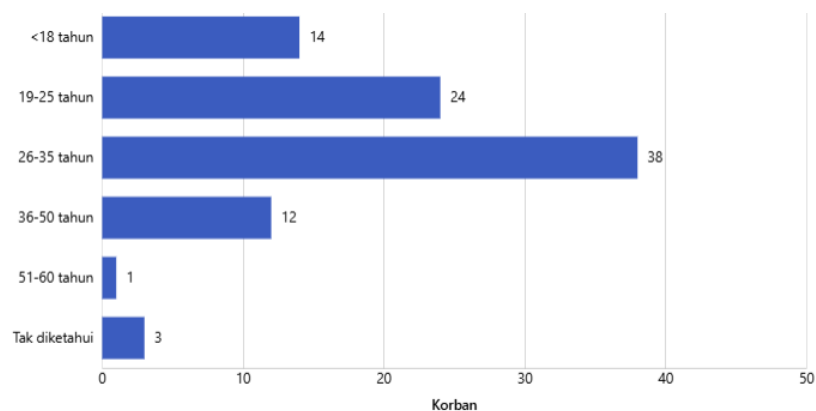
Gambar 1.1 Jumlah Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Lembaga Hukum Tahun 2023

Bersumber dari Katadata pada bulan Maret tahun 2023, hasil riset yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) terkait tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga penegak hukum. Kepolisian RI merupakan salah satu lembaga yang memiliki tingkat kepercayaan paling rendah yaitu 61 dibanding dengan penegak hukum lainnya seperti KPK, Kejaksaan, dan Pengadilan. Dalam riset ini dilakukan secara acak kepada 1.228 responden yang berumur diatas 17 tahun.



Gambar 1.2 Jumlah Kekerasan Melibatkan Polisi Periode Juni 2023 - Juli 2024

Menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat kepada kepolisian, didukung dengan Data KontraS (Komisi Untuk Orang Hilang dan Korban Tindak Kekerasan) pada bulan Juli 2023 - Juni 2024 terdapat 645 kasus kekerasan yang dilakukan oleh anggota kepolisian. Terdapat 36 kasus pembubaran paksa, 33 kasus peristiwa intimidasi, 52 kasus penganiayaan, 37 kasus penyiksaan, 35 kasus pembunuhan diluar hukum yang menyebabkan 37 korban jiwa. Hal ini berbanding terbalik dengan apa yang menjadi komitmen Kepolisian RI. Salah satu komitmen Kepolisian RI adalah mewujudkan instansi Polri yang bersih, bebas KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme), dan mengutamakan etika dan nilai-nilai moral. Dapat dikatakan setiap bulannya masyarakat selalu mendapatkan kekerasan yang dilakukan oleh Kepolisian RI.



Gambar 1.3 Usia Korban Kekerasan Melibatkan Polisi Periode Juni 2023 - Juli 2024

Bersumber dari Databoks, terdapat 92 korban penyiksaan yang dilakukan oleh kepolisian kepada masyarakat. Kekerasan yang dilakukan didominasi dengan usia 26-35 tahun sebanyak 38 korban, usia 19-25 tahun sebanyak 24 korban, dan dibawah 18 tahun sebanyak 14 korban. Kekerasan ini terjadi di beberapa Kabupaten seperti Bulukumba dan Purwokerto.

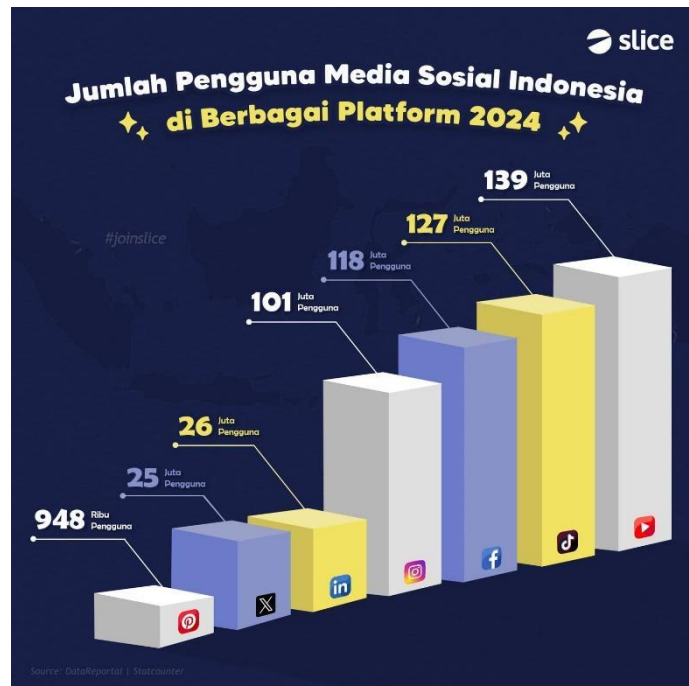
Masyarakat menjadi salah satu aspek penting dalam mengawasi kegiatan pemerintah. Media menjadi kekuasaan keempat dalam mengawasi pemerintah setelah eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Pemberitaan terkait lembaga penegak hukum seperti kepolisian tidak pernah lepas dari pandangan masyarakat. Hadirnya berita dalam lingkungan masyarakat dapat menambahkan wawasan pada masyarakat. Pada zaman sekarang, berita bisa didapatkan darimana saja, salah satunya media sosial. Media sosial memiliki peran penting dalam mencari sumber informasi dan menyebarluaskan informasi.

Saat ini sebagian besar masyarakat mengawasi kehidupan mereka menggunakan media sosial, dengan demikian media sosial menjadi fasilitator media online (Rahayu & Hamidah, 2022). Secara garis besar pengguna media sosial pada tahun 2022 sebanyak 4,59 miliar dan diprediksi akan mengalami peningkatan sebanyak 6 miliar hingga tahun 2027 (Statista, 2023). Usia pengguna dari media sosial sendiri lebih didominasi oleh generasi milenial dan Gen Z yang berkisar 18-34 tahun (Kemp, 2023). Menurut Zahra (dalam Atmojo & Pratiwi, 2021) penggunaan media sosial dalam kehidupan masyarakat dapat mengajak untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemerintah, sehingga masyarakat bisa lebih mengawasi kinerja pemerintah.

Nama Data	Nilai
Amerika Serikat	108.550.000
Jepang	74.100.000
India	30.300.000
Indonesia	27.050.000
Inggris	24.300.000
Brasil	24.150.000
Turki	22.750.000
Meksiko	19.600.000
Arab Saudi	17.900.000

Gambar 1.4 Jumlah Media Sosial X Menduduki Peringkat Ke-4 Secara Global Tahun 2023

Salah satu media sosial yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah media sosial X. Bersumber dari Databoks, menurut laporan dari *We Are Social* pengguna X mengalami peningkatan sebanyak 22,4% per tahun dan pada bulan Oktober 2023 jumlah pengguna X di Indonesia berkisar 27,5 juta serta menduduki peringkat keempat secara global di bawah Amerika Serikat, Jepang, India.



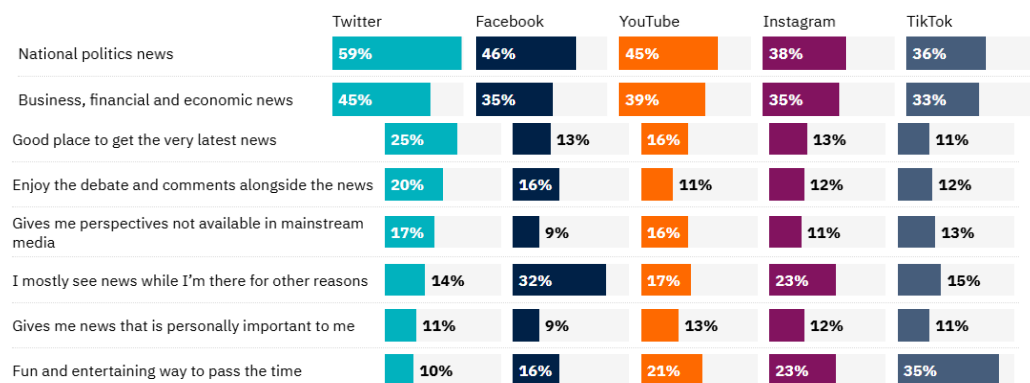
Gambar 1.5 Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Tahun 2024

Bersumber dari Slice.id, pengguna media sosial Indonesia di berbagai platform pada tahun 2024 diduduki oleh Youtube dengan 139 juta pengguna, TikTok dengan 127 juta pengguna, Facebook dengan 118 juta pengguna, Instagram dengan 101 juta pengguna, dan X dengan 25 juta pengguna.

	Twitter	Facebook	YouTube	Instagram	TikTok
Mainstream news brands or journalists	55%	43%	42%	42%	33%
Smaller/alternative news sources or journalists	39%	27%	30%	31%	31%
Politicians or political activists	43%	24%	26%	25%	25%
Social media personalities/creators	31%	24%	29%	35%	39%
Celebrities	27%	25%	28%	35%	36%
Ordinary people	34%	37%	29%	33%	44%

Gambar 1.6 Jumlah Sumber Berita Utama Masyarakat di Media Sosial Tahun 2023

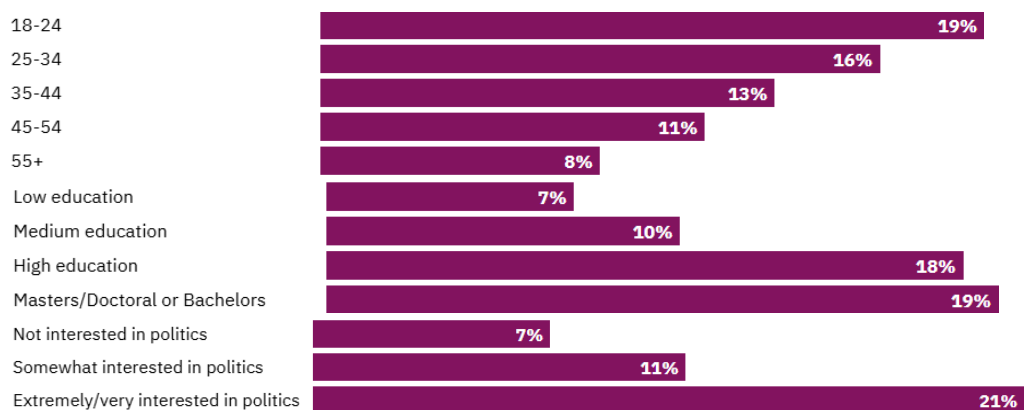
Berdasarkan berita dari Kompas terkait survei yang dilakukan oleh *Reuters Institute* yang bekerjasama dengan University of Oxford mengenai pola konsumsi berita dan pasar digital secara global pada tahun 2023. Sebanyak 83% masyarakat Indonesia mengakses berita menggunakan ponsel. Hal ini dikarenakan ponsel menjadi alat bantu dalam mengakses berita. Masyarakat Indonesia lebih dominan menggunakan media online dan media sosial dalam mencari berita. Angka yang diperoleh media online (termasuk official akun media sosialnya) sebanyak 88%, media sosial sebanyak 68%, televisi sebanyak 57%, media cetak (koran, majalah, dll) sebanyak 17%. Dalam hal ini, ketika mendapatkan sumber berita utama maka media sosial X menjadi sumber arus berita utama yang terbanyak digunakan oleh masyarakat sebanyak 55%. Hal ini merupakan angka paling tinggi dibanding dengan media sosial lainnya seperti Facebook, YouTube, Instagram, dan Tiktok.



Gambar 1.7 Jumlah Sumber Berita Politik dan Sumber Berita Baru Masyarakat di Media Sosial Tahun 2023

Bersumber dari *GoodStats*, media sosial X menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dalam hal mendapatkan berita baru berbau nasional atau politik, ulasan atau komentar, dan pandangan lain. Dalam

media sosial X pengguna dapat melakukan tweet (membuat status) dan me-retweet (memposting ulang tweet seorang). Bruns & Highfield (2012) menjelaskan media sosial X menjadi ruang untuk berbagi dengan konten yang tidak terbatas, termasuk politik. Dalam hasil survei yang dilakukan oleh *Reuters Institute*, bahwa media sosial X menjadi salah satu yang terbanyak digunakan oleh masyarakat dalam mendapatkan berita terbaru yaitu sebanyak 25%. Hal ini merupakan angka paling tinggi dibanding dengan media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan Tiktok yang berada di angka 11% hingga 16%. Pengguna media sosial sebanyak 20% menggunakan X untuk melihat ulasan atau opini dari permasalahan yang ada atau ingin diketahui. Para peneliti sebelumnya telah menemukan bahwa media sosial X merupakan sebuah tempat untuk melakukan perdebatan politik dengan pengguna yang cukup aktif dalam hal politik.



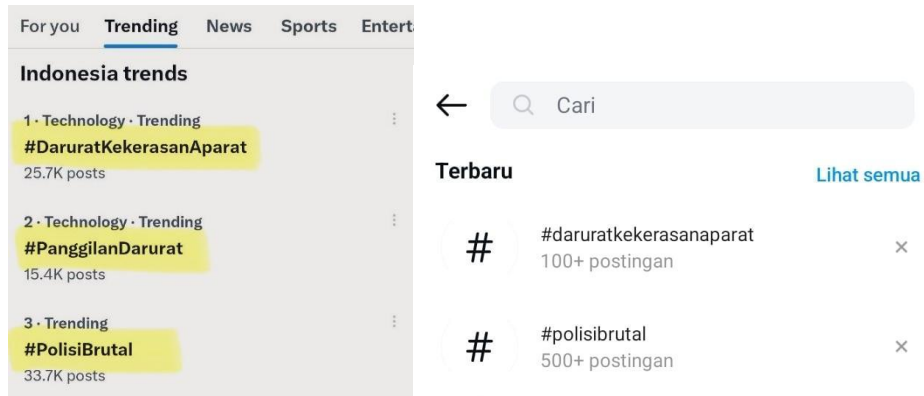
Gambar 1.8 Jumlah Karakteristik Pengguna Media Sosial X Sebagai Berita Tahun 2023

Data lainnya juga bersumber dari *Reuters Institute*, bahwa kelompok yang menggunakan X sebagai berita adalah usia 18-24 tahun, tingkat pendidikan yang tinggi, dan tertarik dengan berita politik.

Di sisi lain, seperti yang tertuang dalam *rules and policies* media sosial X merupakan sebuah media sosial yang memiliki kebebasan berekspresi dalam bermedia sosial. Konten kekerasan dan konten vulgar diperbolehkan dalam media sosial X. Seperti yang pernah terjadi di Indonesia, bahwa Kemenkominfo mengancam untuk memblokir media sosial X dikarenakan mengizinkan konten pornografi dalam kebijakannya. Begitu juga ketika terdapat konten kekerasan dalam media sosial X maka akan terdapat label yang hanya sekedar memberi peringatan kepada pengguna, namun konten tersebut tetap dapat dilihat oleh siapapun. Penggunaan label “media sensitif” agar para pengguna mendapatkan peringatan terkait dengan konten sensitif. Dalam media sosial X menjelaskan terkait dengan yang bukan merupakan sebuah pelanggaran dalam aturan mereka adalah ketika seseorang menghentikan serangan dengan menembak pelaku. Dengan begitu konten kekerasan seperti penembakan diperbolehkan dalam media sosial X. Jika dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Instagram atau produk meta lainnya, hal yang berupa gambar atau video kekerasan tidak diperbolehkan.

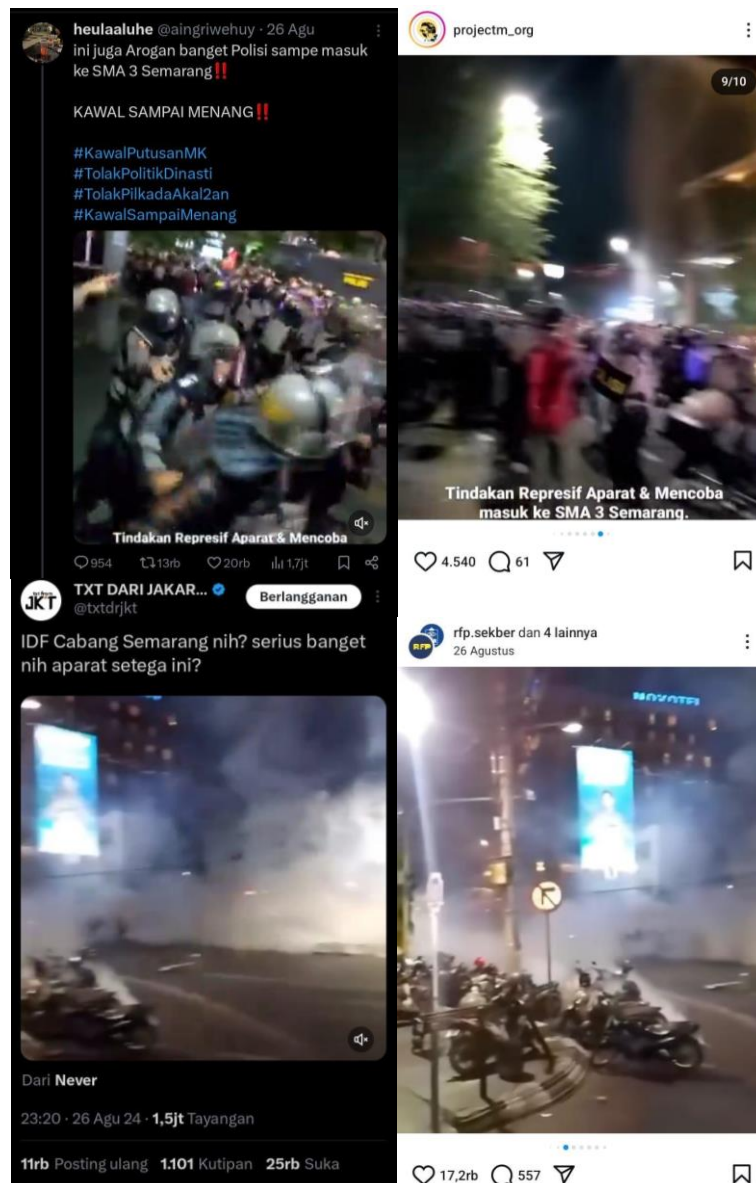
Tidak hanya itu saja, media sosial X merupakan media yang pertama kali menggunakan *hashtag* atau simbol tagar (#) yang diperkenalkan oleh Chris Messina sebagai penggagas *hashtag*. Seperti yang dijelaskan dalam *Help Center* media sosial X, penggunaan tagar yang berguna sebagai penanda

postingan terhadap suatu topik. Dengan adanya fungsi ini dapat memudahkan para pengguna untuk mencari topik yang diinginkan dengan mudah.



Gambar 1.9 Jumlah Penggunaan Tagar Pada Postingan X dan Instagram

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan perbandingan media sosial X, Instagram, dan Facebook. Hal pertama terkait dengan penggunaan tagar atau *hashtag* yang dimana tagar #PolisiBrutal dalam media sosial X digunakan sebanyak 33,7 ribu postingan dan #DaruratKekerasanAparat digunakan sebanyak 25,7 ribu postingan. Sedangkan dalam media sosial Instagram tagar #PolisiBrutal hanya 500 lebih postingan dan #DaruratKekerasanAparat hanya 100 lebih postingan. Lalu, untuk media sosial Facebook tidak dapat dilihat berapa jumlah postingan terkait kedua tagar tersebut.



Gambar 1.10 Jumlah Suka, Komen, dan Bagikan Pada Postingan X dan Instagram

Observasi berikutnya mengenai postingan video kekerasan yang sama dalam media sosial X, Instagram, dan Facebook. Postingan video pertama yang sama berkaitan dengan jumlah suka, komen, dan bagikan pada postingan media sosial X jauh lebih banyak dibandingkan dengan media sosial Instagram. Lalu,

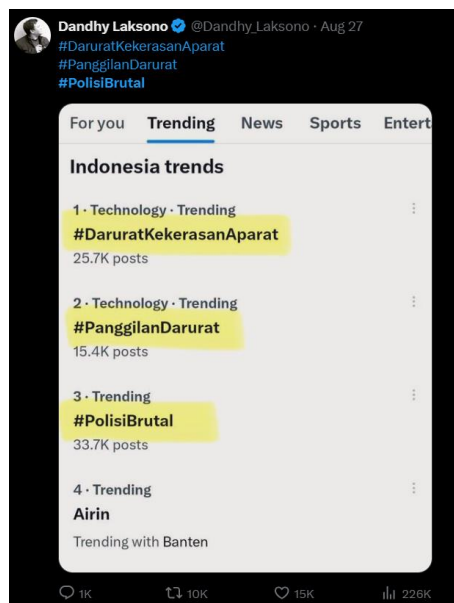
untuk media sosial Facebook tidak terdapat video yang sama dengan media sosial yang lain. Dalam perbandingan suka, komen, dan bagikan dalam gambar diatas tergolong sangat jauh dengan angka 15 ribu dan 8 ribu. Dalam hal ini, semakin banyak jumlah suka pada postingan tersebut maka jumlah audiens yang melihat berita tersebut juga semakin banyak.

Maka dari itu, terkait dengan penjelasan diatas dapat disimpulkan dalam fokus penelitian ini berfokus pada media sosial X dikarenakan masyarakat mendapatkan berita utama, mendapatkan berita politik, mendapatkan pandangan lain, dan menikmati komentar dalam berita yaitu melalui media sosial X. Dari poin-poin diatas menunjukkan bahwa media sosial X mendapatkan jumlah tertinggi dari semua sosial Media. Dibuktikan juga dengan jumlah suka, komen, dan bagikan dalam postingan yang sama, terbukti media sosial X menjadi yang tertinggi dibanding dengan media sosial lainnya seperti Instagram dan Facebook.

Belakangan ini kondisi politik di tanah air sedang terjadi keramaian terkait dengan Aksi Peringatan Darurat. Aksi Peringatan Darurat merupakan seruan untuk seluruh masyarakat Indonesia dalam menjaga demokrasi terkait dengan mengawal keputusan MK tentang jalannya pilkada 2024. Aksi ini menjadi perbincangan hangat dan mengajak masyarakat turun ke jalan untuk mencari keadilan setelah ditetapkannya keputusan MK terkait mengubah syarat politik dan revisi UU Pilkada.

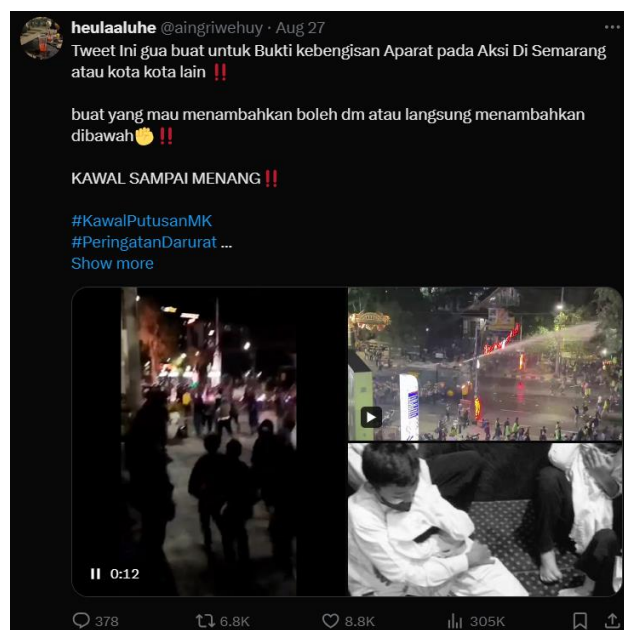
Setelah adanya Aksi Peringatan Darurat dan mengajak masyarakat seluruh Indonesia untuk turun ke jalan. Belakangan ini media sosial di tanah air

terutama X sedang ramai memperbincangkan kepolisian terkait dengan pemberitaan polisi brutal dalam menangani para demonstran dalam Aksi Peringatan Darurat. Sesuai dengan yang diberitakan di media online yaitu Kompas TV pada tanggal 27 Agustus 2024 dengan judul berita “Ramai Kekerasan Polisi saat Hadapi Aksi Demo, Amnesty International Indonesia: Brutal!”. Dalam peristiwa ini terjadi pada tanggal 26 Agustus dimana polisi menembakkan gas air mata yang menyebabkan situasi semakin kacau, terdapat banyak masyarakat yang dipukul oleh polisi, dan anak-anak juga terkena dampak dari kerusuhan tersebut. Hal yang dilakukan oleh kepolisian bertentangan dengan Pasal 7 Ayat 1 Peraturan Kapolri No. 16 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengendalian Massa bahwa kepolisian dilarang bersikap arogan, dilarang melakukan kekerasan, dilarang mencaci maki, dan terpancing dengan kerumunan massa.



Gambar 1.11 Tagar #PolisiBrutal Trending 3

Sehari setelah peristiwa tersebut dan pemberitaan media massa dimana-mana, tagar #PolisiBrutal dan #DaruratKekerasanAparat menggema di media sosial terutama X. Bersumber dari akun X @Dandhy_Laksono merupakan salah satu akun yang berfokus pada isu-isu sosial dan hak asasi manusia, tagar (#PolisiBrutal) telah dilihat lebih dari 226 ribu akun dan menjadi trending tiga serta menjadi cuitan terbanyak dengan jumlah 33,7 ribu cuitan.



Gambar 1.12 Pemberitaan Kekerasan di Kota Semarang

Dengan ramainya cuitan (#PolisiBrutal) menjadikan pemberitaan pada media sosial X tanah air dipenuhi dengan kekerasan yang dilakukan oleh kepolisian kepada masyarakat. Bersumber dari akun X @aingriwehuy yang memberitakan terkait kejadian di Kota Semarang bahwa polisi melakukan kekerasan kepada masyarakat seperti penembakan gas air mata serta melakukan pengejaran hingga masuk sekolah (SMA 3 Semarang) dan Mall Paragon

sehingga banyak korban yang kekurangan oksigen. Dalam berita tersebut, kekerasan yang dilakukan oleh polisi tidak pandang bulu sehingga laki-laki ataupun perempuan bahkan anak kecil dan lansia juga menjadi korban dalam peristiwa tersebut. Terlihat dalam video yang ditampilkan terdapat lansia yang sedang dibantu oleh para mahasiswa dan anak kecil yang sedang bersembunyi di masjid untuk menggunakan odol di wajah mereka guna mengurangi efek dari gas air mata. Postingan tersebut telah dilihat lebih dari 305 ribu akun dan postingan terkait anak kecil yang menjadi korban telah dilihat oleh 1,3 juta akun di X.



Gambar 1.13 Pemberitaan Kekerasan di Kota Makassar

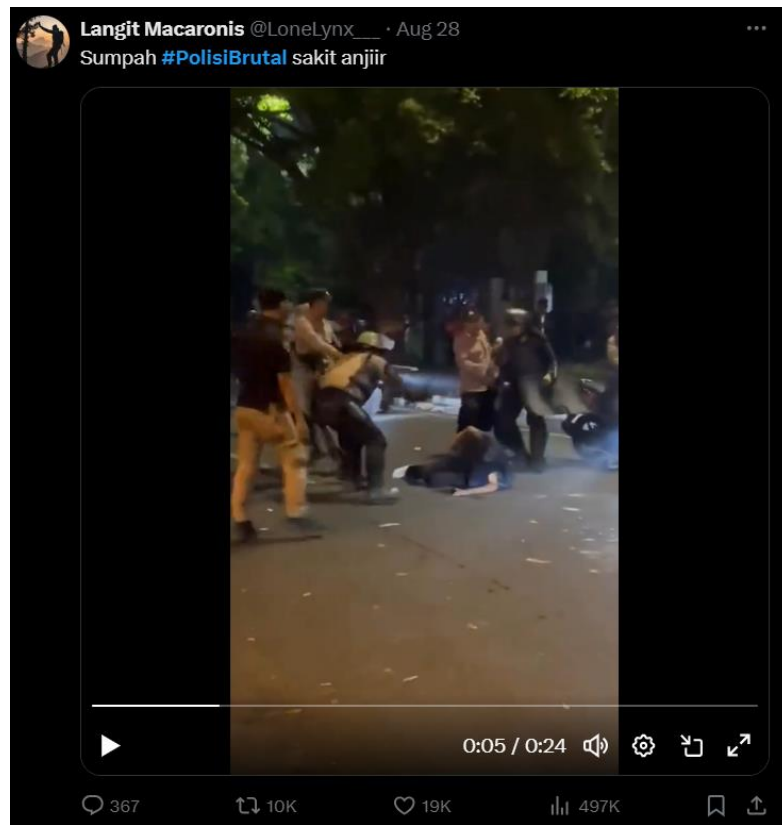
Hal serupa seperti kekerasan yang dilakukan oleh kepolisian kepada masyarakat tidak hanya di Kota Semarang, melainkan kota Makassar juga menjadi peristiwa terkait kekerasan kepolisian. Bersumber dari akun X @projectm_org merupakan akun media yang berfokus pada isu-isu sosial. Pada

postingan tersebut menjelaskan bahwa para demonstran mendapatkan kekerasan oleh aparat kepolisian bahkan tenaga medis juga menjadi sasaran pihak kepolisian.



Gambar 1.14 Pemberitaan Kekerasan di Kota Aceh

Hal kekerasan serupa yang dilakukan oleh polisi juga terjadi di Kota Aceh. Bersumber dari postingan akun X @YLBHI dalam postingan terlihat jelas para polisi membubarkan secara paksa dan membanting salah satu demonstran yang tergabung dalam Front Rakyat Menggugat. Setelah kejadian itu, Kepala Operasional LBH Banda Aceh berkunjung ke Polres setempat dan terdapat 15 orang yang ditangkap oleh pihak polisi. Namun, pihak polisi tidak mengizinkan untuk memberikan bantuan hukum kepada 15 orang tersebut. Jika berdasarkan Undang-Undang Hukum Acara Pidana Pasal 56 Ayat 1 KUHAP menjelaskan bahwa setiap orang yang mengalami masalah hukum berhak untuk mendapatkan pendampingan hukum.



Gambar 1.15 Pemberitaan Kekerasan di Kota Bandung

Hal serupa yang terakhir adalah merupakan sebuah video yang benar-benar memperlihatkan dengan jelas terkait aksi polisi brutal dalam menghadapi para demonstran. Bersumber dari akun X @Lonelynx___ memposting terkait pihak polisi menyeret salah satu demonstran hingga terbaring setelah itu dua polisi menghampiri dan memukuli dengan alat pukul berwarna hitam kepada salah satu demonstran tersebut.

Berita dari postingan media sosial X diatas merupakan beberapa kejadian kekerasan yang dilakukan oleh polisi kepada masyarakat dalam Aksi Peringatan Darurat di seluruh Indonesia. Banyaknya berita pada media sosial X terkait video kekerasan yang dilakukan oleh polisi dalam Aksi Peringatan Darurat

membuat masyarakat selalu mengkonsumsi berita buruk dan komentar buruk sehingga menimbulkan opini masyarakat. Menurut Littlejohn & Foss (2011) media akan sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam membangun opini publik. Dalam berita polisi brutal yang diinformasikan di media sosial X didominasi dengan komentar negatif dari masyarakat.

Media sosial menjadi peran penting dalam akses menyebarkan informasi kepada siapapun. Khalayak yang memiliki media sosial dapat melihat, mencari, ataupun memberikan informasi yang didapat dalam media sosial tersebut. Penyebaran informasi tidak hanya dilakukan dari mulut ke mulut saja, melainkan melakukan komunikasi secara individu dengan individu lainnya melalui media sosial juga merupakan penyebaran informasi atau yang dikenal dengan istilah *e-word of mouth* (E-WOM). E-WOM merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan dalam media sosial untuk penyebaran informasi kepada orang lain (Fakhrudin et al., 2021).

Hal ini dapat membuktikan bahwa masyarakat Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai sumber untuk mencari informasi dan media komunikasi secara online, dengan begitu masyarakat dapat menyampaikan opini secara bebas dan tidak terbatas kepada pengguna lainnya (Liu & Weber, 2014).

Bersumber dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vilien L.M, menjelaskan terkait pengguna X dalam bermedia sosial yaitu membagikan perasaan mereka terkait dengan hal-hal yang mereka lihat dan rasakan dalam bentuk ketikan. Disisi lain juga dalam bermedia sosial X tidak terdapat batasan bagi pengguna untuk bersosialisasi dengan pengguna lainnya (Sulianta, 2015)



Gambar 1.16 E-WOM Dalam Media Sosial X

Seperti gambar diatas merupakan sebagian E-WOM dari masyarakat terkait pemberitaan polisi brutal. Komunikasi yang dilakukan dikemas dalam komentar dan didominasi dengan komentar negatif. Dalam setiap pemberitaan dalam media sosial X tentang polisi brutal selalu mendapatkan banyak komentar dari masyarakat yang kecewa terhadap kepolisian. Terjadinya E-WOM dikarenakan seseorang mendapatkan suatu informasi dan mereka menyebarkan dalam bentuk komentar sehingga pesan tersebut cepat tersebut dan dapat dilihat oleh semua orang.

1.2 Perumusan Masalah

Kepolisian Republik Indonesia merupakan garda terdepan dalam melayani seluruh keluhan masyarakat dalam berbagai cara. Hal itu dilakukan agar masyarakat merasa terlindungi dengan adanya kepolisian sebagai pendengar keluh kesah masyarakat. Dengan begitu masyarakat memiliki rasa percaya kepada pihak kepolisian sebagai pengayom masyarakat.

Tingkat kepercayaan masyarakat merupakan sebuah hal yang harus diutamakan bagi Kepolisian Republik Indonesia dikarenakan hal tersebut memberikan pengaruh besar terhadap kepolisian. Namun, tingkat kepercayaan masyarakat kepada kepolisian kian menurun dalam beberapa tahun kebelakang di kalangan masyarakat. Beberapa survey telah membuktikan bahwa terjadi penurunan yang sangat signifikan oleh Kepolisian RI sebagai penegak hukum. Tidak hanya melalui survey saja melainkan beberapa kasus yang terjadi di lapangan yang dampaknya bisa langsung dirasakan oleh masyarakat.

Ini merupakan sebuah hal buruk ketika tingkat kepercayaan publik menurun sehingga perlu mengembalikan tingkat kepercayaan publik tersebut seperti semula. Data dari survey juga menjelaskan bahwa terjadi penurunan terkait tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Kepolisian RI. Beberapa hal yang kemungkinan menjadi penyebab adalah pola konsumsi pemberitaan polisi brutal dan E-WOM dalam media sosial X.

Informasi berita polisi brutal selalu mendapatkan perhatian dalam media sosial X. Terdapat banyak informasi dalam media sosial yang memberitakan terkait kekerasan yang dilakukan oleh aparat kepolisian kepada masyarakat dalam Aksi Peringatan Darurat. Dengan adanya berita tersebut, masyarakat

mengkonsumsi berita tersebut dan turut menumpahkan kekecewaannya terhadap kepolisian melalui media sosial X yang dikemas dalam bentuk komentar yang didominasi dengan komentar negatif sehingga masyarakat mengonsumsi E-WOM tersebut. Menurut Zahra (dalam Atmojo & Pratiwi, 2021) penggunaan media sosial dalam kehidupan masyarakat dapat mengajak untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemerintah, sehingga masyarakat bisa lebih mengawasi kinerja pemerintah.

Maka dari itu, peneliti memiliki satu rumusan masalah yakni bagaimana pengaruh intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dan intensitas konsumsi E-WOM dalam Aksi Peringatan Darurat di media sosial X terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian. Untuk itu, timbul pertanyaan penelitian: Apakah pengaruh intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dan E-WOM dalam Aksi Peringatan Darurat di media sosial X berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas, terdapat tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu: Untuk menjelaskan pengaruh intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dan intensitas E-WOM dalam Aksi Peringatan Darurat di media sosial X terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian.

1.4 Signifikansi Penelitian

1) Manfaat Praktis

Dalam penelitian memiliki manfaat praktis meliputi hal penting yang berkaitan dengan kalangan masyarakat. Salah satunya berkaitan dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian, yang dimana nantinya hasil dari penelitian ini dapat menjadi loncatan untuk melakukan pencegahan dalam sebuah instansi kepolisian sesuai dengan tugas dan wewenang.

2) Manfaat Sosial

Dalam penelitian memiliki manfaat sosial diantaranya membantu menambah wawasan masyarakat umum dan menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam mengawasi pemerintah.

3) Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah memberikan pengertian secara keseluruhan kepada masyarakat terhadap bagaimana pengaruh intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dan E-WOM dalam Aksi Peringatan Darurat di media sosial dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian. Hal ini dapat ikut serta dalam perkembangan sosial dan perilaku. Hasil dari penelitian ini nantinya akan menggabungkan teori terkait perilaku masyarakat terhadap praktik pencegahan dalam mengurangi tindak kecurangan dalam lembaga kepolisian.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 State of The Art

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti memakai rujukan dari penelitian terdahulu yang sejenis sebagai acuan. Penelitian pertama ditulis oleh Vidiana Girinda Wardani dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Kebocoran Data Penduduk dan Terpaan *Negative E-Word of Mouth* di Media Sosial terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Pemerintah Pusat dalam menangani Kasus Kebocoran” (Wardani et al., 2022). Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 pada masyarakat yang terpapar berita kebocoran data. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan berita kebocoran data dan paparan *e-word of mouth* berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan.

Penelitian kedua ditulis oleh Ranni Arismaya Handaningtyas yang berjudul “Pengaruh Intensitas Konsumsi Berita Penipuan E-Commerce dan Intensitas Komunikasi Kelompok Rujukan terhadap Tingkat Minat Beli pada Situs Belanja Online Tokopedia” (Handaningtyas, 2020). Penelitian ini dilakukan pada tahun 2020. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara intensitas konsumsi berita

penipuan e-commerce dan intensitas komunikasi kelompok rujukan terhadap tingkat minat beli pada situs belanja online Tokopedia.

Penelitian ketiga ditulis oleh Novtrilla Putri Amanda yang berjudul “Pengaruh Gerakan Opini Digital Melalui Tagar #PercumaLaporPolisi di Twitter terhadap Tingkat Kepercayaan Publik pada Lembaga Kepolisian RI di Kalangan Mahasiswa” (Amanda, 2023). Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023 pada mahasiswa FISIP Universitas Lampung. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 98 responden. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *cluster random sampling* dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel gerakan opini digital terhadap tingkat kepercayaan.

Penelitian keempat ditulis oleh Thriyani Rahmania yang berjudul “Pengaruh Terpaan Berita tentang Kebocoran Data Pengguna Tokopedia dan Aktivitas *Word of Mouth* terhadap Tingkat Kepercayaan dalam menggunakan Tokopedia” (Rahmania et al., 2021). Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 pada masyarakat yang pernah terpapar kebocoran data dari pengguna tokopedia pada tahun 2020. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 60 sampel pengguna tokopedia. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kebocoran data pengguna tokopedia. Untuk variabel aktivitas *word of mouth* tidak signifikan.

Penelitian kelima ditulis oleh Anisa Giovanny dan Retor A.W Kaligis yang berjudul “Pengaruh Terpaan Berita Vaksin Covid-19 di Kompas.com Terhadap Persepsi Vaksinasi di Kalangan Generasi Z” (Giovanny & Kaligis, 2022). Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 pada generasi Z yang pernah melihat berita vaksin di Kompas.com. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dari variabel terpaan berita dan persepsi.

1.5.2 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan sebuah cara dalam melihat suatu kejadian, kepercayaan, dan pandangan terhadap dunia (Nasution, dalam Uno, 2020). Dengan adanya paradigma ini dapat menjadikan sebuah penemuan baru yang dilakukan oleh peneliti atau ilmuwan dalam melakukan penelitian sehingga menciptakan revolusi (George Ritzer, dalam (Uno, 2020)). Paradigma penelitian akan mendeskripsikan secara teoritis hubungan antar variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini membahas pengaruh intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dan E-WOM dalam Aksi Peringatan Darurat di media sosial X terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian. Pengaruh intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal termasuk dalam kategori variabel (X1), E-WOM termasuk

dalam kategori variabel (X2), dan tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian masuk termasuk dalam kategori (Y).

Termuat dengan adanya beberapa pendekatan yang berbeda dalam menentukan kerangka berpikir untuk memprediksi realitas sosial tertentu. Dalam melakukan penelitian ini disusun menggunakan pendekatan paradigma positivisme yang sejalan dengan pendekatan penelitian tipe *quantitative explanatory*. Golongan positivis melihat penelitian sosial merupakan pendekatan yang bernilai untuk mengkaji fenomena hukum dan sosial guna memprediksi kejadian di masa yang akan datang dan mengelola secara efektif (Sarantakos, 1993). Penggunaan paradigma positivistik dalam penelitian ini dikarenakan berfokus dalam proses observasi guna memperoleh pandangan secara faktual melalui indra dan melakukan peninjauan data terukur untuk menciptakan analisis statistik. Dengan begitu penelitian ini membentuk luaran yang bersifat kuantitatif (Al-Fatih, 2023).

1.5.3 Teori

1.5.3.1 Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications adalah salah satu teori komunikasi massa yang paling dikenal. Pertama kali diperkenalkan oleh Elihu Katz pada tahun 1959 dan lebih dikembangkan pada tahun 1970-an, teori ini berfokus pada audiens sebagai pengguna aktif media, bukan hanya penerima pasif. Pendekatan ini melihat audiens sebagai individu yang secara selektif menggunakan media untuk mencapai tujuan mereka sendiri.

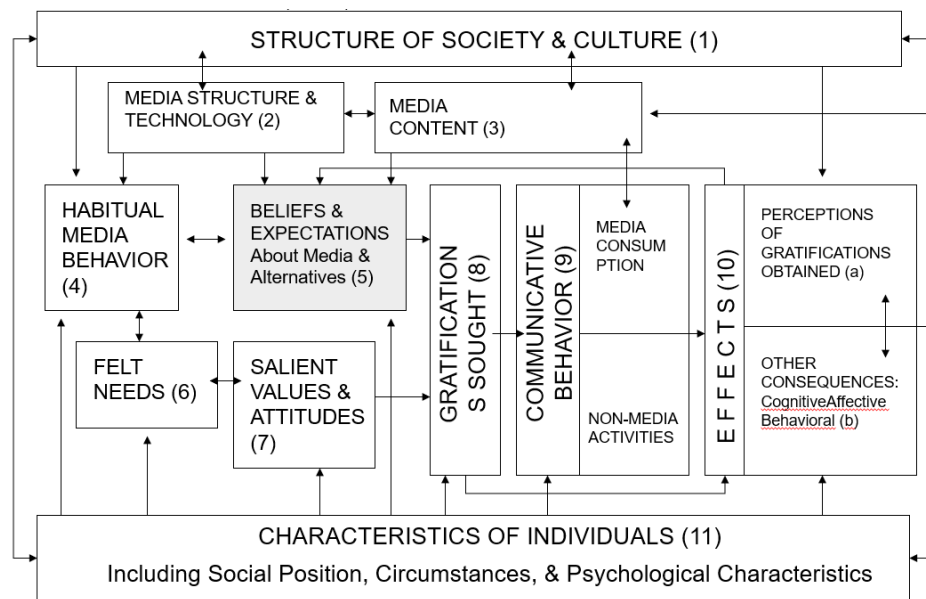
Teori ini memiliki lima asumsi utama. Pertama, audiens secara aktif memilih media yang ingin mereka konsumsi. Mereka memiliki banyak pilihan dan memilih media yang sesuai dengan keinginan mereka. Kedua, audiens memiliki tujuan dalam memilih media; mereka bertanggung jawab untuk memilih konten yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Ketiga, berbagai jenis media bersaing untuk mendapatkan perhatian audiens, sehingga lembaga media berusaha membuat konten yang menarik. Keempat, faktor sosial dan lingkungan mempengaruhi pilihan media audiens, artinya yang terjadi di sekitar mereka juga berperan. Kelima, efek media terkait langsung dengan pilihan konsumsi audiens, sehingga media hanya berpengaruh jika dipilih oleh audiens itu sendiri. Secara garis besar teori ini menekankan bahwa audiens memiliki kendali besar atas media yang mereka pilih untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Terdapat banyak penelitian telah menemukan berbagai jenis kepuasan atau manfaat yang didapat orang dari media. Salah satunya oleh Denis McQuail mengidentifikasi empat jenis kepuasan utama yang biasa dicari orang, yaitu: (1) hiburan; (2) informasi; (3) penguatan identitas pribadi; dan (4) integrasi dan interaksi sosial, seperti membicarakan acara televisi populer dengan orang lain di lingkungan sosial kita.

Philip Palmgreen mengembangkan teori *uses and gratifications* lebih lanjut dengan menggabungkan karya-karyanya, serta karya Karl Rosengren dan lainnya. Menurut teori ini, kepuasan yang dicari melalui media bergantung pada keyakinan tentang apa yang dapat diberikan oleh

media tersebut. Peran konsumsi media tentunya berdasarkan kebutuhan, dengan begitu konsumsi media dapat menghasilkan persepsi tentang kepuasan yang nantinya akan menjadi umpan balik untuk memperkuat atau mengubah persepsi seseorang. Contohnya, jika kita percaya bahwa acara komedi memberikan hiburan, dan kita menikmati hiburan, maka kita akan menonton komedi untuk memenuhi kebutuhan hiburan tersebut. Sebaliknya, jika kita merasa bahwa acara komedi memberikan pandangan yang tidak realistis tentang kehidupan dan kita tidak menyukai humornya, kita akan menghindarinya.

Ketika kita semakin terbiasa dengan sebuah program, genre, atau jenis media, kepuasan yang kita rasakan akan mempengaruhi keyakinan kita, yang pada akhirnya memperkuat kebiasaan konsumsi media kita. Misalnya, jika kita sangat menyukai berita dan sering membaca blog berita, kita mungkin sudah memiliki pandangan tertentu tentang jenis berita yang disediakan setiap blog dan seberapa baik blog tersebut memenuhi kebutuhan kita (yaitu, evaluasi). Seiring waktu, seberapa sering kita menggunakan blog untuk mendapatkan berita akan dipengaruhi oleh keyakinan dan evaluasi ini.



Gambar 1.17 Model Teori Uses & Gratifications Palmgreen

(Sumber: Palmgreen, 1984:37)

1.5.3.2 Media Consumption

Konsumsi media mengacu pada cara khalayak yang terlibat dengan konten dari berbagai sumber media, seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan platform digital seperti media sosial, layanan streaming, dan situs web berita. Hal ini tidak hanya mencakup jumlah media yang dikonsumsi, jenis konten, dan tujuan di balik konsumsi. Dalam konsep ini harus memberikan hubungan yang jelas antara stimulus seperti konsumsi media dan respons seperti kepercayaan atau perilaku (Shrum, 2009).

Dalam penelitian ini, konsumsi media akan diturunkan menjadi dua variabel. Variabel X1 yaitu intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat dalam media sosial X. Konsumsi pemberitaan

merupakan bagaimana khalayak memilih suatu berita untuk memenuhi informasi kebutuhannya secara sosial maupun psikologis dalam berbagai media pemberitaan (Suciska & Gunawibawa, 2020).

Variabel X2 yaitu intensitas konsumsi E-WOM dalam aksi peringatan darurat dalam media sosial X. Konsumsi E-WOM merupakan bagaimana khalayak mengkonsumsi atau melihat komentar dalam postingan berita polisi brutal di media sosial X. E-WOM merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan dalam media sosial untuk berkomunikasi, berdiskusi atau penyebaran informasi kepada orang lain (Fakhrudin et al., 2021). E-WOM dilakukan dengan cara memberikan pendapat, menuliskan pendapat, dan melihat pendapat pengguna lain (Gultom, 2022). Bentuk dari E-WOM sendiri tidak dapat diprediksi apakah negatif atau positif dikarenakan hal tersebut merupakan sebuah pemaknaan dari setiap pengguna dalam mencerna informasi yang dikonsumsi.

1.5.3.3 Other Consequences

Dalam komunikasi psikologi, komponen seperti afektif, kognitif, dan behavioral digunakan untuk menggambarkan bagaimana orang menanggapi pesan, sikap, atau pengalaman. Menurut Steven M Chaffe (dalam Fajar, 2021) menjelaskan terkait dengan perubahan yang terjadi dalam diri khalayak seperti penerimaan informasi, perubahan perasaan, sikap atau perilaku disebut dengan efek kognitif, afektif, dan behavioral.

Efek afektif memiliki takaran atau ukuran yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan efek kognitif. Efek afektif ini berhubungan dengan emosi, perasaan, dan sikap (Fajar, 2021). Efek afektif ini muncul ketika terdapat perubahan terhadap apa yang dirasakan oleh khalayak.

1.5.4 Deskripsi Variabel

1.5.4.1 Intensitas Konsumsi Pemberitaan Polisi Brutal

Pengertian intensitas dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) merupakan suatu tingkatan atau ukuran intensnya. Selanjutnya mengenai konsumsi menurut Wikipedia merupakan sebuah tindakan yang menghabiskan atau mengurangi suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan psikologis. Berikutnya definisi dari polisi brutal itu sendiri adalah kekerasan fisik yang dilakukan oleh anggota kepolisian kepada masyarakat. Fokus pemberitaan dalam penelitian ini terkait dengan postingan berita polisi brutal dalam media sosial X yang bersumber dari lembaga media atau jurnalis, akun-akun yang berfokus pada isu-isu sosial, dan akun dari pengguna media sosial X atau masyarakat yang memposting berita tersebut dikarenakan berada ditempat kejadian atau yang bisa didefinisikan sebagai *citizen journalism*.

Dengan adanya konvergensi media membuat perubahan dalam mengkonsumsi media dari media tradisional menjadi media modern. Menurut Rosenstiel (dalam Suciska & Gunawibawa, 2020) pola konsumsi berita berubah yang tadinya pasif seperti konsep “*tell me a story*” berubah

menjadi aktif seperti konsep “*answer my question*”. Khalayak aktif merupakan sebuah kelompok yang sering aktif dalam proses komunikasi (West & Turner, 2008). Konsumsi pemberitaan merupakan bagaimana khalayak memilih suatu berita untuk memenuhi informasi kebutuhannya secara sosial maupun psikologis dalam berbagai media pemberitaan (Suciska & Gunawibawa, 2020).

Menurut Kriyantono (dalam Qorib, 2020) terkait dengan intensitas konsumsi media yaitu menjelaskan penggunaan media bisa dipetakan pada tingkat keseringan atau frekuensi dalam menggunakan suatu media media, dan durasi atau waktu yang dibutuhkan dalam mengkonsumsi media. Selain itu, ada juga atensi yang berkaitan dengan tingkat pemahaman individu terhadap suatu informasi sebelum terkena terpaan media, saat terpaan media, dan setelah terpaan media.

Pola konsumsi berita ini dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi (Rosengren dalam Rakhmat, 2001). Pemahaman terhadap pola konsumsi media suatu khalayak secara tidak langsung juga memberikan masukan penggunaan ragam media massa yang paling banyak dipercaya dan dianggap kredibel oleh khalayak. Yuan (2011) menjelaskan bahwa persepsi khalayak tentang kredibilitas sumber berita memengaruhi pilihan media untuk konsumsi berita mereka.

Intensitas konsumsi pemberitaan yaitu dipetakan pada tingkat keseringan atau frekuensi dalam menggunakan suatu media media, dan durasi atau waktu yang dibutuhkan dalam mengkonsumsi media. Selain itu, ada juga atensi yang berkaitan dengan tingkat pemahaman individu terhadap suatu informasi sebelum terkena terpaan media, saat terpaan media, dan setelah terpaan media. Berdasarkan pengetahuan diatas, dalam penelitian ini menggunakan dimensi untuk intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal sebagai berikut:

1) Dimensi frekuensi

Merupakan tingkat keseringan khalayak dalam mendapatkan, melihat, dan membaca pemberitaan polisi brutal di media sosial X. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi frekuensi yaitu:

- a. Tingkat keseringan mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal, seberapa kali khalayak mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

2) Dimensi durasi

Merupakan total waktu yang digunakan masyarakat dalam menggunakan media sosial X untuk membaca pemberitaan polisi brutal. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi durasi yaitu:

- a. Tingkat seberapa lama mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal, seberapa lama khalayak mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

3) Dimensi atensi

Merupakan sebuah perhatian dan pemahaman dari masyarakat terhadap berita polisi brutal di media sosial X. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi atensi yaitu:

- a. Tingkat minat mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak menantikan terkait pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- b. Tingkat perhatian yang diberikan terhadap pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak fokus terhadap pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- c. Tingkat ketertarikan terhadap pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak tidak akan mengganti topik pemberitaan ketika sedang mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

4) Dimensi isi pesan

Pola konsumsi berita dioperasikan berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi. Isi pesan ialah kesesuaian dari

tujuan komunikasi dengan informasi yang bersifat objektif dan akurat yang diterima oleh audiens (Hanifah & Putri, 2020). Berikut indikator dari dimensi isi pesan yaitu:

- a. Struktur pesan terhadap pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak mudah memahami struktur pesan pada pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- b. Macam isu pesan dalam pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak mudah memahami isu-isu yang ada dalam pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- c. Kualitas pesan dalam pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak dapat mempercayai terkait informasi pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

1.5.4.2 Intensitas Konsumsi E-WOM Pemberitaan Polisi Brutal

Pengertian intensitas dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) merupakan suatu tingkatan atau ukuran intensnya. Selanjutnya mengenai konsumsi menurut Wikipedia merupakan sebuah tindakan yang menghabiskan atau mengurangi suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan psikologis. Berikutnya definisi dari polisi brutal itu sendiri adalah kekerasan fisik yang dilakukan oleh anggota kepolisian

kepada masyarakat. Fokus pemberitaan dalam penelitian ini terkait dengan postingan berita polisi brutal dalam media sosial X yang bersumber dari lembaga media atau jurnalis, akun-akun yang berfokus pada isu-isu sosial, dan akun dari khalayak atau masyarakat yang memposting berita tersebut dikarenakan berada ditempat kejadian atau yang bisa didefinisikan sebagai citizen journalism.

E-WOM merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan dalam media sosial untuk berkomunikasi, berdiskusi atau penyebaran informasi kepada orang lain (Fakhrudin et al., 2021). E-WOM dilakukan dengan cara memberikan pendapat, menuliskan pendapat, dan melihat pendapat pengguna lain (Gultom, 2022). Bentuk dari E-WOM sendiri tidak dapat diprediksi apakah negatif atau positif dikarenakan hal tersebut merupakan sebuah pemaknaan dari setiap pengguna dalam mencerna informasi yang diterima.

Proses terjadinya E-WOM dikarenakan seseorang mengonsumsi apa yang ditampilkan dalam media sosial mulai dari pendapat pengguna orang lain, konten yang dibagikan, dan memberikan pendapat atau pemaknaan dalam bentuk komentar sehingga terbentuk komunitas online dalam media sosial. Intensitas konsumsi E-WOM yaitu dipetakan pada tingkat keseringan atau frekuensi, durasi atau waktu, dan atensi yang dibutuhkan dalam mengonsumsi E-WOM. Berdasarkan pengetahuan diatas, dalam penelitian ini menggunakan dimensi untuk intensitas konsumsi E-WOM pemberitaan polisi brutal sebagai berikut:

1) Dimensi frekuensi

Merupakan tingkat keseringan khalayak dalam mendapatkan, melihat, dan membaca komentar pemberitaan polisi brutal di media sosial X. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi frekuensi yaitu:

- a. Tingkat keseringan mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal, seberapa kali khalayak mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

2) Dimensi durasi

Merupakan total waktu yang digunakan masyarakat untuk membaca komentar pemberitaan polisi brutal di media sosial X. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi durasi yaitu:

- a. Tingkat seberapa lama mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal, seberapa lama khalayak mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

3) Dimensi atensi

Merupakan sebuah perhatian dan pemaknaan dari masyarakat terhadap komentar pemberitaan polisi brutal di media sosial X. Menurut

Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi atensi yaitu:

- a. Tingkat minat mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak menantikan terkait komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- b. Tingkat perhatian yang diberikan terhadap komentar pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak fokus terhadap komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- c. Tingkat ketertarikan terhadap komentar pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak tidak akan mengganti topik pemberitaan ketika sedang mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

4) Dimensi isi pesan

Dalam media sosial memiliki ruang untuk berkomunikasi seperti meninggalkan pesan atau berkomentar. Berikut indikator dari dimensi isi pesan yaitu:

- a. Macam komentar positif dalam pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak mengkonsumsi macam-macam

komentar positif pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

- b. Macam komentar negatif dalam pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak mengkonsumsi macam-macam komentar negatif pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- c. Kualitas komentar dalam pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak dapat mempercayai terkait dengan komentar dari pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

5) Dimensi tujuan

Dalam melihat komentar pada postingan di media sosial terdapat tujuan.

Berikut indikator dari dimensi tujuan

- a. Informasi, seberapa sering khalayak mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X hanya sebagai sebuah informasi atau melihat pandangan orang lain.
- b. Interaksi, seberapa sering khalayak mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X untuk berinteraksi dengan orang lain.

1.5.4.3 Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Persepsi kepercayaan atau ketidakpercayaan publik digunakan untuk menggambarkan berbagai fenomena dari bentuk penyesalan atau kekecewaan dari masyarakat terhadap instansi pemerintah dikarenakan gagal dalam memenuhi permintaan publik (Shi *et al.*, 2023).

Menurut (Araujo *et al.*, 2020), persepsi kepercayaan termasuk ke dalam dua jenis, yaitu *political trust* dan *social trust*. Kepercayaan politik merupakan suatu harapan yang dimiliki masyarakat terhadap instansi pemerintah untuk bersikap adil dan jujur. Sedangkan persepsi kepercayaan sosial merupakan suatu sebuah kepercayaan antara warga dengan masyarakat lainnya dalam sebuah komunitas dikarenakan hal tersebut memiliki kontribusi dalam mengembangkan kepercayaan politik (Arshad & Khurram, 2020). Akan tetapi, jika digambarkan secara umum persepsi kepercayaan publik merupakan kepercayaan kepada lembaga instansi pemerintahan beserta jajaran yang ada didalamnya. Seiring dengan berkembangnya teknologi dapat membantu masyarakat mengakses dan mengetahui seluruh informasi dan isu melalui media terkait dengan pelayanan publik dari instansi pemerintah (Warkentin & Orgeron, 2020). Menurut Robbins & Judge (dalam Amanda, 2023) untuk dapat mengukur tingkat kepercayaan maka digunakan dimensi sebagai berikut:

- 1) Dimensi *integrity*

Integritas yaitu sifat atau karakter yang menggambarkan tanggung jawab, keadilan, dan kejujuran dari kepolisian kepada masyarakat.

Berikut indikator dari dimensi integrity yaitu:

- a. Tanggung jawab, seberapa sering khalayak merasa kewajiban dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.
- b. Keadilan, seberapa sering khalayak merasa keadilan terhadap suatu perbuatan atau perlakuan dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.
- c. Kejujuran, seberapa sering khalayak merasa kejujuran dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.

2) Dimensi *competences*

Kompetensi yaitu kemampuan kepolisian dalam mengerjakan sesuatu sesuai dengan kapasitasnya kepada masyarakat seperti tugas, fungsi, dan wewenang.

- a. Tugas, seberapa sering khalayak merasa tugas-tugas dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.
- b. Fungsi, seberapa sering khalayak merasa fungsi utama dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.

- c. Wewenang, seberapa sering khalayak merasa wewenang yang dilakukan oleh kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.

3) Dimensi *loyalty*

Loyalitas yaitu sifat patuh dan kesetiaan dari kepolisian kepada masyarakat dalam menjalankan suatu tugas seperti keahlian.

- a. Keahlian, seberapa sering khalayak merasa keahlian atau *skill* dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.
- b. Kesiapan, seberapa sering khalayak merasa kesiapan dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.

4) Dimensi *transparency*

Transparansi yaitu bentuk sifat profesional dari kepolisian dalam memberikan sebuah informasi kepada masyarakat umum seperti keterbukaan.

- a. Keterbukaan, seberapa sering khalayak merasa keterbukaan informasi dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi

1.5.4.4 Pengaruh Intensitas Konsumsi Pemberitaan Polisi Brutal Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Pengaruh intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal terhadap tingkat kepercayaan dapat dijelaskan dalam teori *uses and gratifications*. Teori ini berfokus pada audiens sebagai pengguna aktif media. Teori ini memiliki lima asumsi utama yaitu audiens secara aktif memilih media yang ingin mereka konsumsi, audiens memiliki tujuan dalam memilih media berbagai jenis media bersaing untuk mendapatkan perhatian audiens, faktor sosial dan lingkungan mempengaruhi pilihan media audiens, efek media terkait langsung dengan pilihan konsumsi audiens.

Tingkat kepercayaan merupakan sikap dari khalayak. Timbulnya tingkat kepercayaan disebabkan oleh suatu rangsangan dari khalayak terhadap apa yang telah dikonsumsi. Khalayak memiliki kebutuhan untuk memenuhi kebutuhannya berupa informasi dan hiburan. Terkait dengan intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dalam media sosial X, khalayak mencari berita untuk memenuhi kebutuhan psikologis mereka terkait kepuasan, pengetahuan, dan sikap.

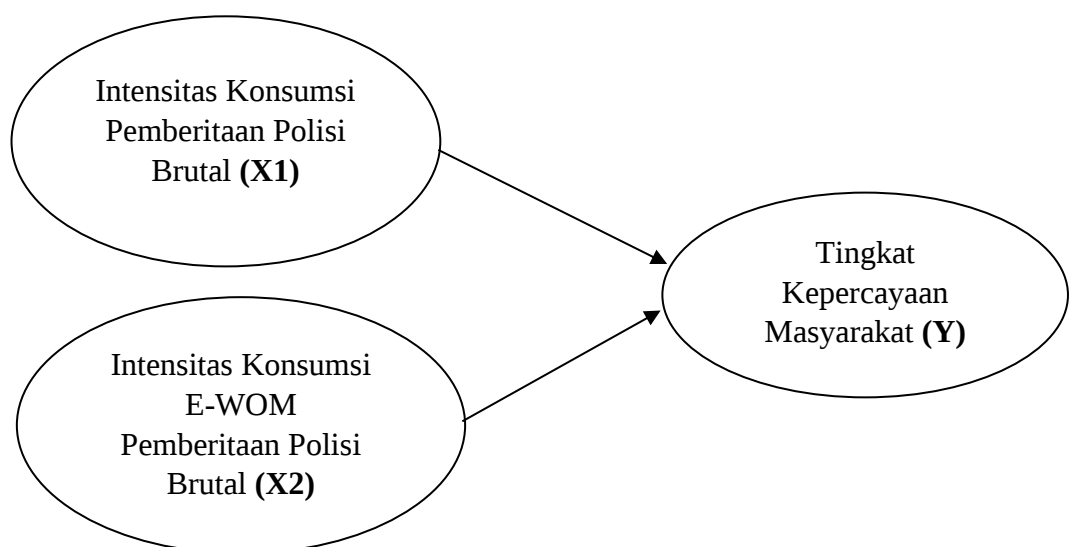
1.5.4.5 Pengaruh Intensitas Konsumsi E-WOM Pemberitaan Polisi Brutal Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Pengaruh intensitas E-WOM terhadap tingkat kepercayaan dapat dijelaskan dalam teori *uses and gratifications*. Teori ini berfokus pada audiens sebagai pengguna aktif media. Teori ini memiliki lima asumsi

utama yaitu audiens secara aktif memilih media yang ingin mereka konsumsi, audiens memiliki tujuan dalam memilih media berbagai jenis media bersaing untuk mendapatkan perhatian audiens, faktor sosial dan lingkungan mempengaruhi pilihan media audiens, efek media terkait langsung dengan pilihan konsumsi audiens. E-WOM merujuk pada ulasan, komentar, dan diskusi dalam media sosial.

Tingkat kepercayaan merupakan sikap dari khalayak. Timbulnya tingkat kepercayaan disebabkan oleh suatu rangsangan dari khalayak terhadap apa yang telah dikonsumsi. Khalayak memiliki kebutuhan untuk memenuhi kebutuhannya berupa informasi dan hiburan. Terkait dengan E-WOM pemberitaan polisi brutal dalam media sosial X, khalayak ikut serta ataupun mencari tanggapan khalayak untuk memenuhi kebutuhan psikologis mereka terkait kepuasan, pengetahuan, dan sikap.

1.5.5 Kerangka Pemikiran



1.6 Hipotesis

Terkait dengan teori yang telah dijelaskan dan diaplikasikan sebelumnya, dengan begitu diusulkan perkiraan sementara terkait dari variabel untuk diverifikasi validitasnya, yaitu sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh negatif antara intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal (**X1**) dan intensitas konsumsi E-WOM (**X2**) terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian (**Y**)

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Intensitas Konsumsi Pemberitaan Polisi Brutal

Intensitas konsumsi pemberitaan adalah bagaimana khalayak memilih suatu berita untuk memenuhi informasi kebutuhannya secara sosial maupun psikologis dalam berbagai media pemberitaan (Suciska & Gunawibawa, 2020). Menurut Kriyantono (dalam Qorib, 2020) terkait dengan intensitas konsumsi media yaitu menjelaskan penggunaan media bisa dipetakan pada tingkat keseringan atau frekuensi dalam menggunakan suatu media media, dan durasi atau waktu yang dibutuhkan dalam mengkonsumsi media. Selain itu, ada juga atensi yang berkaitan dengan tingkat pemahaman individu terhadap suatu informasi sebelum terkena terpaan media, saat terpaan media, dan setelah terpaan media. Pola konsumsi berita ini dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi (Rosengren dalam Rakhmat, 2001).

1.7.2 Intensitas Konsumsi E-WOM Pemberitaan Polisi Brutal

Pengertian intensitas dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) merupakan suatu tingkatan atau ukuran intensnya. Selanjutnya mengenai konsumsi menurut Wikipedia merupakan sebuah tindakan yang menghabiskan atau mengurangi suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan psikologis. Berikutnya definisi dari polisi brutal itu sendiri adalah kekerasan fisik yang dilakukan oleh anggota kepolisian kepada masyarakat. Fokus pemberitaan dalam penelitian ini terkait dengan postingan berita polisi brutal dalam media sosial X yang bersumber dari lembaga media atau jurnalis, akun-akun yang berfokus pada isu-isu sosial, dan akun dari khalayak atau masyarakat yang memposting berita tersebut dikarenakan berada ditempat kejadian atau yang bisa didefinisikan sebagai citizen journalism.

E-WOM mengacu pada frekuensi mengakses, berinteraksi, dan keterlibatan (Goyette et al., 2010). Ketika khalayak mengkonsumsi E-WOM tentu dapat dilihat dari berbagai dimensi seperti isi pesan dan tujuan. Intensitas E-WOM adalah kegiatan dari seseorang tingkat keseringan masyarakat dalam mencari, melihat, dan berinteraksi dengan berita polisi brutal di media sosial X.

1.7.3 Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Secara umum persepsi kepercayaan publik merupakan kepercayaan kepada lembaga instansi pemerintahan beserta jajaran yang ada didalamnya.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dapat membantu masyarakat mengakses dan mengetahui seluruh informasi dan isu melalui media terkait dengan pelayanan publik dari instansi pemerintah (Warkentin & Orgeron, 2020). Tingkat kepercayaan publik mengacu pada integritas, kompetensi, loyalitas, dan keterbukaan dari kepolisian kepada masyarakat terkait tingkat kepercayaan publik (Robbins & Judge, 2008).

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Intensitas Konsumsi Pemberitaan Polisi Brutal

Berdasarkan pengetahuan diatas, dalam penelitian ini menggunakan dimensi untuk intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal sebagai berikut:

1) Dimensi frekuensi

Merupakan tingkat keseringan khalayak dalam mendapatkan, melihat, dan membaca pemberitaan polisi brutal di media sosial X. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi frekuensi yaitu:

- a. Tingkat keseringan mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal, seberapa kali khalayak mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

2) Dimensi durasi

Merupakan total waktu yang digunakan masyarakat dalam menggunakan media sosial X untuk membaca pemberitaan polisi brutal. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi durasi yaitu:

- a. Tingkat seberapa lama mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal, seberapa lama khalayak mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

3) Dimensi atensi

Merupakan sebuah perhatian dan pemahaman dari masyarakat terhadap berita polisi brutal di media sosial X. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi atensi yaitu:

- a. Tingkat minat mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak menantikan terkait pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- b. Tingkat perhatian yang diberikan terhadap pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak fokus terhadap pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- c. Tingkat ketertarikan terhadap pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak tidak akan mengganti topik pemberitaan ketika sedang mengkonsumsi pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

4) Dimensi isi pesan

Pola konsumsi berita dioperasionalkan menjadi berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi. Isi pesan ialah kesesuaian dari tujuan komunikasi dengan informasi yang bersifat objektif dan akurat yang diterima oleh audiens (Hanifah & Putri, 2020).

Berikut indikator dari dimensi isi pesan yaitu:

- a. Struktur pesan terhadap pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak mudah memahami struktur pesan pada pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- b. Macam isu pesan dalam pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak mudah memahami isu-isu yang ada dalam pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- c. Kualitas pesan dalam pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak dapat mempercayai terkait dengan informasi pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

1.8.2 Intensitas Konsumsi E-WOM Pemberitaan Polisi Brutal

Berdasarkan pengetahuan diatas, dalam penelitian ini menggunakan dimensi untuk intensitas konsumsi E-WOM pemberitaan polisi brutal sebagai berikut:

1) Dimensi frekuensi

Merupakan tingkat keseringan khalayak dalam mendapatkan, melihat, dan membaca komentar pemberitaan polisi brutal di media sosial X. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi frekuensi yaitu:

- a. Tingkat keseringan mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal, seberapa kali khalayak mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

2) Dimensi durasi

Merupakan total waktu yang digunakan masyarakat untuk membaca komentar pemberitaan polisi brutal di media sosial X. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi durasi yaitu:

- a. Tingkat seberapa lama khalayak mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal, seberapa lama khalayak mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

3) Dimensi atensi

Merupakan sebuah perhatian dan pemaknaan dari masyarakat terhadap komentar pemberitaan polisi brutal di media sosial X. Menurut Nurjannah (2020) menjelaskan terkait indikator dari dimensi atensi yaitu:

- a. Tingkat minat mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak menantikan terkait komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- b. Tingkat perhatian yang diberikan terhadap komentar pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak fokus terhadap komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- c. Tingkat ketertarikan terhadap komentar pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak tidak akan mengganti topik pemberitaan ketika sedang mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

4) Dimensi isi pesan

Dalam media sosial memiliki ruang untuk berkomunikasi seperti meninggalkan pesan atau berkomentar. Berikut indikator dari dimensi isi pesan yaitu:

- a. Macam komentar positif dalam pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak mengkonsumsi macam-macam komentar positif pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- b. Macam komentar negatif dalam pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak mengkonsumsi macam-macam komentar positif pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.
- c. Kualitas komentar dalam pemberitaan polisi brutal, seberapa sering khalayak dapat mempercayai terkait dengan komentar dari pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X.

5) Dimensi tujuan

Dalam melihat komentar pada postingan di media sosial terdapat tujuan.

Berikut indikator dari dimensi tujuan

- a. Informasi, seberapa sering khalayak mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X hanya sebagai sebuah informasi atau melihat pandangan orang lain.

- b. Interaksi, seberapa sering khalayak mengkonsumsi komentar pemberitaan polisi brutal dalam aksi peringatan darurat di media sosial X untuk berinteraksi dengan orang lain.

1.8.3 Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Menurut Robbins & Judge (dalam (Amanda, 2023) untuk dapat mengukur tingkat kepercayaan maka digunakan dimensi sebagai berikut:

1) Dimensi *integrity*

Integritas yaitu sifat atau karakter yang menggambarkan tanggung jawab, keadilan, dan kejujuran dari kepolisian kepada masyarakat.

Berikut indikator dari dimensi integrity yaitu:

- a. Tanggung jawab, seberapa sering khalayak merasa kewajiban dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.
- b. Keadilan, seberapa sering khalayak merasa keadilan terhadap suatu perbuatan atau perlakuan dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.
- c. Kejujuran, seberapa sering khalayak merasa kejujuran dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.

2) Dimensi *competences*

Kompetensi yaitu kemampuan kepolisian dalam mengerjakan sesuatu sesuai dengan kapasitasnya kepada masyarakat seperti tugas, fungsi, dan wewenang.

- a. Tugas, seberapa sering khalayak merasa tugas-tugas dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.
- b. Fungsi, seberapa sering khalayak merasa fungsi utama dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.
- c. Wewenang, seberapa sering khalayak merasa wewenang yang dilakukan oleh kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.

3) Dimensi Loyalty

Loyalitas yaitu sifat patuh dan kesetiaan dari kepolisian kepada masyarakat dalam menjalankan suatu tugas seperti keahlian.

- a. Keahlian, seberapa sering khalayak merasa keahlian atau *skill* dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.
- b. Kesiapan, seberapa sering khalayak merasa kesiapan dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.

4) Dimensi Transparency

Transparansi yaitu bentuk sifat profesional dari kepolisian dalam memberikan sebuah informasi kepada masyarakat umum seperti keterbukaan.

- a. Keterbukaan, seberapa sering khalayak merasa keterbukaan dari kepolisian dalam aksi peringatan darurat kepada masyarakat terpenuhi.

1.9 Metoda Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan menggunakan penelitian jenis kuantitatif. Dimana dalam penelitian ini dilakukan untuk memverifikasi hubungan sebab akibat atau kausalitas terkait variabel independen, yaitu intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dan intensitas konsumsi E-WOM dalam Aksi Peringatan Darurat di media sosial X terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian.

1.9.2 Populasi

Berikut merupakan kriteria populasi dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Laki-laki maupun perempuan.
- 2) Berusia 18-34 tahun bertempat tinggal di Indonesia.
- 3) Masyarakat yang aktif menggunakan media sosial X.

- 4) Pernah menerima, mendapatkan, menulis, dan berinteraksi dengan pemberitaan polisi brutal dalam Aksi Peringatan Darurat di media sosial X.

1.9.3 Sampling

1.9.3.1 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan metode *non-probability*. Sampel ini merupakan sebuah sampel yang dimana subjek dari penelitian tidak dapat diketahui. Dalam pengambilan sampel *non-probability* merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberikan dasar terhadap pendapat probabilitas bahwa komponen-komponen dalam alam universal ini akan memiliki kesempatan untuk dijadikan sebagai sampel penelitian.

1.9.3.2 Sample Size

Penelitian ini ditentukan jumlah atau ukuran sampel yang ideal adalah kisaran 30-500 partisipan (Roscoe, dalam Sekaran, 2006). Oleh karena itu, penelitian ini menggariskan sebanyak 100 narasumber sebagai responden dikarenakan dianggap telah memenuhi persyaratan tersebut.

1.9.3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data pada penelitian yang akan digunakan merupakan data yang bersifat data primer. Data primer ini didapatkan langsung oleh peneliti yang berasal dari narasumber melalui kuesioner yang telah disediakan.

1.9.4 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner yang telah disediakan dan memiliki beberapa pertanyaan yang dimana narasumber mendapatkan kesempatan untuk menjawab dan mensubmit yang telah disediakan oleh peneliti.

1.9.5 Teknik Pengolahan Data

Terdapat beberapa teknik pengolahan data antara lain:

1) Editing

Dalam tahap ini, seluruh jawaban yang diterima dari responden akan dicek untuk meminimalisir kesalahan dalam pengisian kuesioner.

2) Coding

Dalam penelitian ini menggunakan proses koding dengan mengelompokkan seluruh jawaban dari narasumber kedalam bagian tertentu menggunakan kode, angka, ataupun huruf yang dapat memberikan label dari data yang didapatkan.

3) Tabulasi

Tabulasi merupakan proses menginput data yang telah diberi label pengkodean kedalam bentuk tabel.

1.9.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

1.9.6.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini, interval validitas digunakan untuk menentukan seberapa dekat instrumen pengukuran sesuai dengan hipotesis yang diinginkan. Dengan cara ini, pemeriksaan validitas dapat mengungkapkan beberapa instrumen pengukuran yang dapat diandalkan yang digunakan dalam penelitian. Ambang batas validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r -hitung dengan nilai r -tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Jika r hitung lebih besar dari r pada tabel, maka pernyataan dianggap valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil atau sama dengan r pada tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid (Ghozali, 2011).

1.9.6.2 Uji Reliabilitas

Untuk menilai konsistensi ketika menggunakan instrumen pengukuran yang tidak menentu, uji reliabilitas digunakan dalam penelitian yang berguna. Uji reliabilitas diterapkan sebagai alat untuk mereduksi kuesioner sebagai penanda atau indikator dari variabel atau konstruk tertentu (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, reliabilitas ditingkatkan dengan menggunakan metode

statistik Cronbach Alpha dengan SPSS. Reliabel didefinisikan sebagai memiliki hasil $> 0,60$.

1.9.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan alat tes statistik Analisis Regresi Linear Sederhana. Hal ini merujuk pada keterkaitan kausalitas terhadap variabel independen dan dependen. Begitu juga dengan koefisien regresi yang digunakan untuk memvalidasi pengaruh dari nilai variabel independen terhadap nilai variabel dependen apakah terdapat pengaruh yang signifikan. Fungsi dari alat tes statistik analisis linear sederhana digunakan memverifikasi sebab akibat dari variabel dependen yang menjadi pengaruh dengan variabel independen (Ghozali, 2017).

Dengan begitu penelitian menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji atau memvalidasi pengaruh dari variabel independen yaitu intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dalam Aksi Peringatan Darurat dalam media sosial X (**X1**) terhadap tingkat kepercayaan publik (**Y**) dan juga intensitas konsumsi E-WOM (**X2**) terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian (**Y**).