

Rasa Percaya Mahasiswa Pada Polisi (Studi Eksperimen Pada Tweet Dengan tagar #1Hari1Oknum)

Gita Juniarti ^{1,*}, Citra Fransisca Lestari Dano Putri ¹, Noval Sufriyanto Talani ¹

¹ Fakultas Ilmu Sosial; Universitas Negeri Gorontalo; Jl. Jenderal Sudirman No 6, Dulawa Timur, Kecamatan Kota Tengah, Kota Gorontalo, (0435) 821125; e-mail: gita@ung.ac.id, dp_citra@ung.ac.id, novalst@ung.ac.id

* Korespondensi: e-mail: gita@ung.ac.id

Submitted: 30/08/2022; Revised: 05/09/2022; Accepted: 17/09/2022; Published: 22/09/2022

Abstract

The aims of this study to conduct experimental study on student' at Department of Communication Science, State University of Gorontalo regarding information that relate to police. Police have negative image in society' perspective, especially on Generation Z. On Twitter, netizen criticize police with hashtag #1hari1oknum. The hashtag shows news from several mass media about the nasty and cruel behavior from several police. In addition, the hashtag also an attempt by public to criticize the police on Twitter. The police institution also created Twitter account, @divhumas_polri to improve their image. This research analyzes the management of information of students who given information from @divhumas_polri account and news with the hashtag #1hari1oknum. This research used positivistic paradigm, quantitative approach, and questionnaire distribution. The amount of population was 120 students, who were divided into experimental and control groups. Furthermore, 60 students were further divided into three groups base on their academic years, 2021, 2020, and 2019. The results of this study showed that students did not have high trust towards police, especially students from experimental group who received treatment to read news with hashtag #1hari1oknum. The findings also show that students manage information through central route. They are considered critical in responding to information. As generation Z who depend on gadgets, students do not believe new information from @divhumas_polri and news with hashtag #1hari1oknum immediately. Students need supporting information from other sources, find out the information about account that spreads information, and pay attention to hashtags that used.

Keywords: Hashtag #1hari1oknum, Police, Student, Trust, Twitter

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan studi eksperimen pada mahasiswa di Jurusan Komunikasi Universitas Negeri Gorontalo terkait informasi yang berkaitan dengan polisi. Polisi memiliki citra negatif pada masyarakat Indonesia, khususnya generasi Z. Warganet menjadikan media sosial Twitter sebagai salah satu wadah untuk mengkritik polisi dengan tagar #1hari1oknum. Tagar tersebut menunjukkan tentang berita-berita mengenai perilaku beberapa anggota polisi di Indonesia. Selain itu, tagar tersebut juga merupakan upaya dari masyarakat untuk mengkritik polisi. Di sisi lain, polisi juga membuat akun Twitter @divhumas_polri untuk meningkatkan citranya. Penelitian ini menganalisis tentang pengelolaan informasi yang dilakukan oleh mahasiswa ketika diberikan informasi-informasi dari akun @divhumas_polri dan informasi berita dengan tagar #1hari1oknum. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, pendekatan kuantitatif, dan teknik penyebaran kuesioner. Jumlah populasinya sebesar 120 mahasiswa yang dibagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok eksperimen dan kontrol. Selanjutnya, 60 mahasiswa tersebut dibagi lagi menjadi tiga kelompok berdasarkan tahun ajaran 2021, 2020, dan 2019. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak memiliki rasa percaya yang tinggi terhadap polisi, terutama mahasiswa dari kelompok eksperimen yang menerima treatment berupa berita #1hari1oknum. Temuan pada penelitian ini

juga menunjukkan bahwa mahasiswa mengelola informasi tersebut dengan jalur sentral. Sebagai generasi Z yang bergantung pada gadget, mahasiswa tidak langsung percaya pada informasi yang diterima dari @divhumas_polri dan berita #1hari1oknum. Mahasiswa mencari informasi pendukung dari sumber lain, melihat pemilik akun yang menyebarkan informasi, dan memperhatikan tagar yang digunakan. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk akademisi di Komunikasi, polisi, dan masyarakat.

Kata kunci: Tagar #1hari1oknum, Polisi, Mahasiswa, Rasa Percaya, Twitter

1. Pendahuluan

Institusi Kepolisian Republik Indonesia (POLRI) memiliki akun Twitter @Divhumas_polri. Salah satu tujuan institusi memiliki akun media sosial adalah untuk melakukan presentasi tentang institusi mereka di media sosial. Dengan media Twitter, pihak kepolisian RI mempresentasikan dirinya dalam menjalankan tugas seperti yang diatur di dalam Undang-Undang. Tugas tersebut yakni memelihara keamanan, menegakkan hukum, memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka terpeliharanya keamanan dalam negeri (Anshar & Setiyono, 2020). Di sisi lain, masyarakat hanya memandang bahwa media sosial menjadi ajang pencitraan untuk institusi pemerintahan atau tokoh dalam pemerintahan. Salah satu contohnya adalah Joko Widodo menggunakan Instagram untuk mempresentasikan tentang dirinya sebagai tokoh yang rutin memperhatikan infrastruktur di berbagai tempat di Indonesia, menjadikan harga tetap stabil, mensejahterakan atlet-atlet Indonesia, dan cepat tanggap ketika menangani bencana alam (Juniarti et al., 2018).

Beberapa masyarakat di Indonesia memiliki opini negatif tentang anggota polisi. Sebagai contoh, unggahan di media sosial menunjukkan tentang pandangan masyarakat terkait tindakan oknum polisi, seperti oknum yang sombong, tidak netral, suka main perempuan, arogan, mudah emosi, dan ingin menang sendiri (Nurrahman & Sadewo, 2017). Tindakan polisi yang arogan, mudah emosi, dan agresif pun didasari dengan faktor-faktor psikologi, seperti munculnya kemarahan akibat mendapat perlakuan kasar, baik fisik maupun verbal dari demonstran. Selain itu, tongkat dan tameng yang ada di tangannya juga mempengaruhi polisi untuk bertindak agresif. Terlebih lagi, cuaca ketika demonstrasi terjadi di hari yang sangat panas. Hal ini membuat polisi juga lebih cepat bertindak agresif pada demonstran (Sapari & Kurniati, 2008). Perilaku para polisi tersebut terekam oleh publik dan dipublikasikan melalui media sosial, sehingga opini-opini negatif tentang polisi pun bermunculan.

Pada tahun 2012, mahasiswa memiliki opini bahwa anggota polisi memiliki citra yang penuh dengan kontroversi. Mahasiswa menginginkan agar anggota polisi lebih berbenah lagi ketika berinteraksi dengan masyarakat (Pudjiastuti & Fadhal, 2012). Sementara itu, pada tahun 2014, ketika polisi terlibat perseteruan dengan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), publik memberikan opini mereka di Twitter mengenai kinerja dua institusi tersebut. Opini-opini individu yang dilontarkan melalui Twitter cenderung mendukung kinerja KPK. Sebagian besar tidak mendukung para anggota dari institusi POLRI terkait perseteruan tersebut (Juditha, 2014).

Pada tahun 2018, hasil penelitian memperlihatkan tentang peningkatan kepercayaan masyarakat sedikit demi sedikit terhadap institusi kepolisian. Penelitian ini melakukan survei pada 156 pengunjung di kantor polisi untuk berbagai keperluan. Bagi para pengunjung, sikap rasa aman yang dirasakan oleh masyarakat terhadap kehadiran polisi sebesar 71 persen (Febrieta & Pertiwi, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih merasa aman ketika polisi hadir di tengah-tengah mereka.

Di tahun 2020, polisi terlibat dalam demonstrasi mahasiswa dan buruh terkait Omnibus Law. Media CNN Indonesia menulis kutipan narasumber yang mengatakan bahwa polisi dinilai tidak netral dalam menangani demonstrasi penolakan omnibus law tersebut (Tim CNN Indonesia, 2020b). Koalisi masyarakat sipil pun menyebut kata 'brutal' ketika mendeskripsikan polisi yang terjun di tengah-tengah demonstrasi tersebut (Tim CNN Indonesia, 2020a). Di Twitter, warganet dengan jelas menuliskan bahwa polisi adalah agen propaganda dari isu Omnibus Law tersebut (Arianto, 2021). Penjabaran di atas menunjukkan bahwa isu Omnibus Law yang hadir di Indonesia membuat citra polisi yang mulanya baik, menjadi turun drastis di hadapan masyarakat. Citra tersebut pun diakibatkan berita yang dimuat oleh CNN Indonesia serta sumber-sumber lainnya, kemudian *link* berita tersebut dipublikasikan di Twitter. Beberapa *tweet* yang dipublikasikan oleh pihak-pihak di luar institusi kepolisian mengenai perilaku polisi di lapangan ketika demonstrasi berlangsung pun menjadi salah satu penyebab citra anggota polisi semakin turun.

Salah satu unsur yang membuat citra diri ataupun citra institusi menjadi populer di media sosial adalah penggunaan tagar (Gureeva & Samorodova, 2021). Ketika suatu isu diiringi dengan tagar, maka isu tersebut akan memiliki peluang besar untuk menjadi isu publik di kalangan masyarakat virtual. Penggunaan tagar terhadap suatu isu dapat memunculkan emosi dari pembaca ketika mengonsumsi isu tersebut. Sebagai contoh, pada isu-isu yang menggunakan tagar #StupidCancer, terdapat ekspresi emosional dari *tweet* dengan tagar tersebut. Mereka memberikan dukungan sosial melalui online dan menyalurkan rasa empati mereka dengan kata-kata dan foto yang disertai tagar #StupidCancer (Myrick et al., 2016). Hal ini menunjukkan bahwa tagar begitu penting dalam meningkatkan emosi para komunikator ketika menerima informasi tersebut.

Penelitian ini akan menganalisis tentang rasa percaya mahasiswa pada polisi setelah mengonsumsi berita-berita mengenai tindakan anggota kepolisian yang dipublikasikan oleh berbagai saluran komunikasi. Pihak kepolisian menyatakan bahwa berita yang dipublikasikan dengan tagar #1hari1oknum merupakan kritikan masyarakat virtual terhadap kinerja dari anggota polisi (Rahmanta, 2021). Kritikan dari masyarakat pun berpengaruh terhadap *image* dari institusi maupun individu di yang dipublikasi di internet (Oboler et al., 2010). Di sisi lain, berdasarkan hasil observasi penulis, berita-berita dengan tagar #1hari1oknum tersebut menceritakan tentang kekerasan yang dilakukan oleh polisi kepada istrinya, perilaku membakar hidup-hidup yang dilakukan oleh anggota polisi, pemerkosaan dan pelecehan seksual, serta penggunaan narkoba yang juga dilakukan oleh anggota polisi.

Penelitian ini menggunakan *elaboration likelihood theory* yang menjelaskan mengenai masuknya pesan persuasi di dalam pikiran manusia dan bagaimana manusia mengelola pesan tersebut. Ketika pesan tersebut diterima oleh manusia, perihal yang dapat dianalisis adalah kapan dan bagaimana manusia akan mengubah pendapat atau tidak mengubah pendapat ketika menerima pesan persuasi tersebut (Morissan, 2018a). Pengolahan dengan jalur sentral ditandai dengan pikiran individu yang kritis dan hati-hati ketika menerima informasi tersebut, sementara pengolahan dengan jalur periferal menunjukkan bahwa individu kurang memiliki sikap kritis terhadap isu dan peristiwa tersebut (Griffin et al., 2019).

Apabila mahasiswa berpikir dengan jalur sentral, maka mahasiswa dapat mengubah sikap dan perilaku mereka setelah melalui proses beradu argument di dalam otak. Mahasiswa membutuhkan waktu yang sangat panjang sebelum melakukan perubahan sikap dan perilaku kepada anggota polisi. Berbeda dengan mahasiswa yang menggunakan jalur sentral, dimana mahasiswa tidak menyikapi informasi-informasi yang diterimanya dengan pertimbangan kritis (Littlejohn et al., 2017).

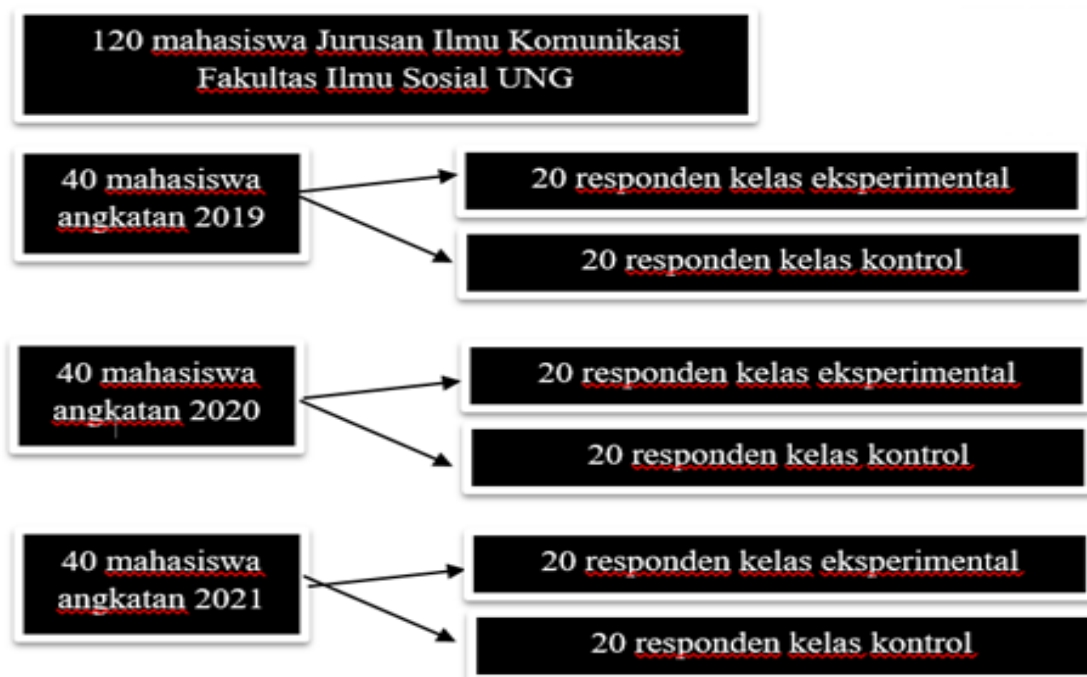
Penelitian ini akan mengangkat lima dimensi di dalam variabel bebas terkait informasi yang ditampilkan di akun Twitter @Divhumas_polri dan berita yang diiringi tagar #1hari1oknum, dimana informasi tersebut akan dijadikan sebagai bahan eksperimen pada mahasiswa Jurusan Komunikasi di Universitas Negeri Gorontalo (UNG). Dimensi tersebut diasumsikan mempengaruhi rasa percaya mahasiswa terhadap institusi polisi. Lima dimensi yang berkaitan dengan Elaboration Likelihood Theory tersebut antara lain *complicity, the quality of argument, credibility, attractiveness* (Anandra et al., 2020), dan dimensi *picture from news*. Dimensi terakhir ditambahkan karena hasil penelitian menunjukkan bahwa foto-foto dan gambar-gambar yang ditampilkan untuk mendampingi informasi tertulis dapat mempengaruhi pendapat dan emosi dari pembaca berita. Kehadiran foto-foto dan gambar di media juga dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh penguasa, seperti pemerintah, pemilik media, dan institusi lainnya yang berperan dalam pengambilan keputusan atau kebijakan (Marvy, 2014). Sementara itu, dimensi dari rasa percaya mahasiswa terhadap anggota polisi antara lain *convenience, satisfaction, dan responsibility* (Gunawan & Djati, 2018).

Perubahan sikap berupa rasa percaya mahasiswa terhadap polisi, salah satunya disebabkan oleh informasi yang beredar di media sosial. Ketika mahasiswa mendapatkan informasi tersebut, mahasiswa akan melakukan pengolahan informasi melalui jalur masing-masing, yakni antara jalur periferal atau jalur sentral. Dengan demikian, manfaat dari penelitian ini tidak hanya ditujukan kepada mahasiswa, akademisi, dan praktisi di bidang Komunikasi, tetap juga kepada institusi kepolisian.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, tipe penelitian kuantitatif, dan metode quasi-eksperimen. Dengan menggunakan quasi-eksperimen, hasil penelitian ini dapat mengetahui tentang perubahan persepsi mahasiswa terhadap pesan yang diterima dari akun

Twitter @divhumas_polri dan berita #1hari1oknum, serta mengetahui perubahan dari rasa percaya yang mahasiswa terhadap polisi. Penelitian ini tidak dapat memilih sampel secara random atau acak, dibentuk kelompok kontrol dan *treatment* agar kondisi terkendalikan (Maciejewski, 2020; Robinson et al., 2021). Sampel dipilih berdasarkan pengetahuan yang telah dimiliki oleh peneliti mengenai populasi, sehingga sampel yang dipilih adalah sampel yang memenuhi elemen-elemen yang sesuai dengan tujuan penelitian (Morissan, 2018b). Untuk membagi kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, penulis mengambil sampel sejumlah 120 mahasiswa dari angkatan 2019, 2020, dan 2021 di UNG. Penulis mengambil 40 mahasiswa dari masing-masing angkatan. Selanjutnya, penulis membagi lagi 40 mahasiswa tersebut ke dalam dua kelompok, yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol.



Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Gambar 1. Pembagian sampel dan penempatan sampel pada desain quasi eksperimen

Uji validitas dan realibel memperoleh hasil yang valid dan realibel. Untuk uji validitas, butir-butir pertanyaan yang terbukti valid berjumlah 42 pertanyaan. Sementara itu, untuk skor realibel dari 42 pertanyaan tersebut mencapai angka 0,708. Skor tersebut menandakan bahwa pertanyaan tersebut memiliki nilai reliabel yang tinggi karena memiliki skor di atas 0,71. Angka tersebut menunjukkan bahwa kuesioner sebagai alat ukur dapat diandalkan karena nilainya tidak terpengaruh oleh proses pengukuran dan alat ukur itu sendiri (Whittier et al., 2020).

Data-data kuesioner, mulai dari *pre-test 1*, *pre-test 2*, *treatment*, dan *post test*, diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS 26. Rumus pertama yang digunakan adalah *gain score* per dimensi. Dengan demikian, akan terlihat selisih antara nilai *pre-test 1*, *pre-test 2*, dan *post-test*. Langkah selanjutnya adalah melakukan uji normalitas, uji independent sample test, dan uji T. Hasilnya akan dijabarkan secara deskriptif di dalam hasil penelitian ini.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

Pada tahap pertama, penelitian ini melakukan pembagian kuesioner pada mahasiswa di kelas eksperimen dan mahasiswa di kelas kontrol. Para mahasiswa tersebut dibagi ke dalam tiga kelas sesuai dengan angkatan mereka masing-masing. Kuesioner tersebut bertanya tentang delapan dimensi, yakni lima dimensi dari elaboration likelihood yang menandakan tentang perubahan di dalam diri individu ketika mengakses informasi. Sementara itu, tiga dimensi lainnya berupa rasa percaya mahasiswa terhadap anggota polisi. Dimensi tersebut diperhatikan karena penelitian ini bertujuan untuk melihat dimensi mana yang terpengaruh oleh *treatment* berupa *follow* akun @Divhumas_polri (nilai dari *gain score* 1) dan *treatment* selanjutnya berupa membaca berita #1hari1oknum (nilai dari *gain score* 2). Skor ideal pada penelitian quasi eksperimental adalah jumlah skor maksimal yang kemungkinan besar dapat diperoleh dari hasil menjawab kuesioner (Maciejewski, 2020). Setelah data dari jawaban mereka dimasukkan ke dalam SPSS dan diolah, kemudian *gain score* tersebut diubah menjadi persen, maka berikut hasil dari jawaban-jawaban tersebut.

Tabel 1. Gain Score pada Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol

Angkatan	Dimensi	Kelompok Eksperimen		Kelompok Kontrol	
		Gain Score 1	Gain Score 2	Gain Score 1	Gain Score 2
2021	Complicity	3,00	-3,00	4,00	1,00
	The quality of argument	6,00	-5,00	5,00	3,00
	Credibility	6,00	1,00	3,00	8,00
	Attractiveness	7,00	-2,00	8,00	2,00
	Picture	3,00	-8,00	6,00	2,00
	Convenience	-1,00	-13,00	3,00	-1,00
	Satisfaction	2,00	-11,00	5,00	2,00
	Responsibility	1,00	-10,00	1,00	-6,00
2020	Complicity	6,00	-5,00	8,00	3,00
	The quality of argument	4,00	-9,00	5,00	-8,00
	Credibility	2,00	-1,00	1,00	-3,00
	Attractiveness	8,00	1,00	3,00	-4,00
	Picture	2,00	-4,00	5,00	-4,00
	Convenience	-2,00	-15,00	2,00	-9,00
	Satisfaction	-1,00	-13,00	-4,00	1,00
	Responsibility	-5,00	-18,00	1,00	-6,00
2019	Complicity	4,00	-1,00	6,00	-1,00
	The quality of argument	8,00	-4,00	3,00	-4,00
	Credibility	3,00	-12,00	1,00	-7,00

Angkatan	Dimensi	Kelompok Eksperimen		Kelompok Kontrol	
		Gain Score 1	Gain Score 2	Gain Score 1	Gain Score 2
	Attractiveness	7,00	-4,00	5,00	-4,00
	Picture	2,00	-10,00	2,00	-8,00
	Convenience	1,00	-18,00	1,00	-2,00
	Satisfaction	1,00	-14,00	-1,00	2,00
	Responsibility	-8,00	-24,00	-3,00	-9,00

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan nilai-nilai *gain score* pada tabel di atas, terlihat bahwa *gain score* 1 berada dalam angka yang tinggi dibandingkan *gain score* 2. Beberapa dimensi pada *gain score* 1 memiliki nilai negatif, yaitu *gain score* yang berkaitan tentang rasa percaya mahasiswa terhadap anggota polisi. *Gain score* yang dimaksud berkaitan dengan kenyamanan audiens dalam membaca informasi tentang polisi, kepuasan ketika membaca informasi tersebut, dan tanggungjawab polisi yang dipresentasikan di dalam akun @divhumas_polri. *Gain score* tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa dari kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol tidak memiliki rasa percaya yang tinggi terhadap anggota polisi, meskipun mereka telah mengikuti twitter @divhumas_polri selama satu minggu. Selain itu, nilai di atas juga menunjukkan bahwa mahasiswa dari Jurusan Komunikasi UNG di angkata 2019, 2020, dan 2021 tidak memiliki rasa percaya yang tinggi kepada polisi setelah mengonsumsi informasi dari akun @divhumas_polri. Mahasiswa yang memperoleh *treatment* adalah mahasiswa yang menerima informasi dari akun @divhumas_polri dan membaca berita dengan tagar #1hari1oknum, sementara mahasiswa yang tidak diberikan *treatment* tetap melanjutkan untuk follow akun Twitter @divhumas_polri selama satu minggu berikutnya.

Deskripsi dari *gain score* 2 adalah terjadinya penurunan rasa percaya mahasiswa pada polisi. Mahasiswa menilai bahwa pesan pada berita #1hari1oknum memiliki dimensi keterlibatan, kualitas argument, kredibilitas, atraktif, dan gambar pendukung yang rendah. Mereka menilai bahwa pesan tersebut tidak mampu menarik perhatian, tidak memberikan kontribusi untuk mendukung argumetasi, dan tidak membangun kesan anggota polisi di dalam berita tersebut. Di sisi lain, dimensi yang berkaitan dengan rasa percaya mahasiswa terhadap anggota polisi juga mengalami penurunan. Data di atas menunjukkan bahwa mahasiswa dari kelompok eksperimen semakin tidak nyaman dengan penggambaran anggota polisi di dalam berita tersebut, tidak merasa puas dengan anggota polisi di dalam berita #1hari1oknum, dan berita tersebut tidak mencerminkan tanggungjawab polisi pada masyarakat. Data di atas juga menunjukkan bahwa dimensi di kelas kontrol mengalami perubahan. Setelah minggu kedua mengikuti akun Twitter @divhumas_polri, dimensi kredibilitas pada angkatan 2021 mengalami peningkatan nilai.

Uji yang dilakukan pada tahap berikutnya adalah uji normalitas. Data pada uji normalitas tersebut diperoleh dari hasil pretest dan posttest dari seluruh angkatan yang menjadi sampel penelitian di Jurusan Komunikasi UNG ini. Data akan terdistribusi normal jika

signifikansi lebih besar lagi 0,05 (Intanny & Putra, 2019). Hasil dari uji normalitas antara dua variabel pada penelitian ini ditunjukkan pada hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil dari uji normalitas shapiro wilk

Variabel	Kelompok eksperimen		Kelompok kontrol	
	n-gain1	n-gain2	n-gain1	n-gain2
Proses pengelolaan pesan di twitter @divhumas_polri dan berita #1hari1oknum	0,627	0,836	0,966	0,358
Rasa percaya mahasiswa terhadap polisi	0,968	0,733	0,452	0,154

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Hasil dari uji normalitas akan menentukan langkah selanjutnya, yaitu memasuki uji T dan uji Independent Simple Test. Uji T dapat dilakukan apabila data-data yang diambil dari dua populasi harus normal dan dua populasi tersebut harus memiliki varian yang sama (Morissan, 2018b). Hasil dari uji n-gain 1 dan n-gain 2 pada dua kelompok dan dua variabel menunjukkan bahwa angka-angka tersebut berada di atas skor 0,05. Dengan demikian, data-data pada variabel tentang pengelolaan pesan dan rasa percaya terhadap polisi dinyatakan lulus uji normalitas.

Selanjutnya, untuk mengetahui homogenitas antara sumber informasi yang dikonsumsi oleh mahasiswa, yaitu sumber informasi Twitter @Divhumas_polri dan berita #1hari1oknum di Twitter, maka penulis melakukan Independent Simple Test. Dengan tes tersebut, maka akan terlihat efektivitas sumber-sumber yang disebarkan di Twitter tentang kinerja polisi, baik sumber yang dihasilkan oleh institusi kepolisian melalui Twitter @Divhumas_polri, maupun sumber berita #1hari1oknum yang diproduksi dan disebarkan oleh pihak-pihak yang berada di luar institusi kepolisian. Sumber informasi @Divhumas_polri dan berita #1hari1oknum tersebut berada di platform yang sama, yaitu Twitter.

Sementara itu, hasil independent simple test menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan. Perbedaan itu terdapat pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol setelah kelompok eksperimen menerima *treatment* membaca berita dengan tagar #1hari1oknum. Hal itu terlihat pada sig. 2 tailed di nilai n-gain 2. Data-data tersebut berasal dari populasi dengan varian yang sama (Morissan, 2018b).

Setelah mendapatkan hasil dari uji independent simple tes, uji selanjutnya adalah nilai T pada nilai n-gain 1 dan n-gain 2. Hasil dari uji T menunjukkan tentang rasa tidak percaya mahasiswa kepada anggota polisi. Pada kelompok eksperimen, nilai n-gain 1 menunjukkan 1,75 persen, kemudian n-gain2 meningkat menjadi 8 persen. Hal ini menunjukkan rasa tidak percaya mahasiswa kepada anggota polisi meningkat sebesar 1,75 persen setelah menerima informasi dari akun twitter @divhumas_polri. Selanjutnya, setelah satu minggu membaca berita yang disebarkan di Twitter dengan tagar #1hari1oknum, ketidakpercayaan mahasiswa terhadap anggota polisi meningkat dengan signifikan, bahkan menyentuh angka 8,00 persen.

Pada kelompok kontrol, nilai n-gain 1 menunjukkan angka 1,88 persen. Hal ini menunjukkan bahwa rasa tidak percaya mahasiswa kepada anggota polisi meningkat sebesar 1,88 persen ketika menerima informasi dari Twitter @divhumas_polri. Setelah mengonsumsi informasi tersebut, ketidakpercayaan mahasiswa meningkat, tetapi tidak signifikan seperti kelompok eksperimen. Peningkatan rasa tidak percaya tersebut sebesar 0,75 persen.

3.2. Diskusi

Ketika memperoleh sebuah informasi, individu terkadang tidak sadar bahwa dia sedang membuat penilaian terhadap sesuatu yang didengarkan atau dibaca (Littlejohn & Karen, 2008), kemudian individu akan melakukan proses pengelolaan informasi di dalam otaknya untuk menentukan perubahan sikap dan perilaku pada informasi yang diperolehnya. Pada penelitian ini, hal yang menjadi titik masalah adalah informasi tentang polisi yang bersumber di Twitter. Ketika mahasiswa menerima sebuah informasi, maka mahasiswa akan mencurigai informasi tentang polisi, kemudian langsung menyebarkan lewat media sosial, atau mahasiswa melakukan penyelidikan lebih lanjut terkait kebenaran informasi tersebut.

Salah satu saluran untuk menyebarkan informasi tersebut adalah dengan memanfaatkan *platform* Twitter. Konten di dalam akun Twitter akan sangat mempengaruhi pengguna lain untuk ikut terlibat di dalam aktivitas di dunia maya (Suparto & Habibullah, 2021), termasuk terlibat sebagai komunikator di dalam penyaluran pesan persuasif mengenai citra institusi kepolisian. Divisi humas POLRI merupakan komunikator di dalam penelitian ini. Terlebih lagi, *followers* dari akun Twitter @divhumas_polri mencapai 1,7 juta pengguna pada tanggal 26 Maret 2022.

Hasil dari eksperimen pada penelitian ini menunjukkan bahwa informasi yang disebarkan oleh akun Twitter @divhumas_polri tidak begitu menumbuhkan rasa percaya mahasiswa Jurusan Komunikasi UNG terhadap anggota polisi. Pesan-pesan tersebut tidak memiliki keterlibatan, tidak mempunyai kualitas argumen, tidak atraktif, dan tidak menampilkan gambar pendukung yang berperan dalam pengelolaan informasi di benak individu. Kredibilitas pesan sempat mengalami peningkatan pada kelompok kontrol di angkatan 2021, namun peningkatan tersebut sangat kecil. Kredibilitas tersebut berhubungan dengan kesan anggota polisi yang ditampilkan di dalam akun Twitter tersebut.

Penelitian sebelumnya membahas tentang kredibilitas polisi terhadap citra yang terbentuk di depan anak-anak sesuai dengan program kerja Polisi Sahabat Anak. Citra dari polisi dapat terbentuk dari kredibilitas anggota polisi tersebut. Seorang anggota polisi yang memiliki kredibilitas dalam berkomunikasi dapat memberikan dampak positif pada institusi kepolisian. Semakin tinggi tingkat kredibilitas komunikator, maka akan semakin positif citra polisi yang terbentuk (Proklamawaty, 2014). Setelah dua minggu memperhatikan *tweet* yang dipublikasikan oleh @divhumas_polri, penilaian mahasiswa tentang pesan mengenai kredibilitas polisi di dalam *tweet* @divhumas_polri pun meningkat.

Mahasiswa juga menilai bahwa pesan-pesan yang dimuat di Twitter @divhumas_polri tidak melibatkan audiens di dalamnya. Pesan-pesan yang terkandung di dalam *tweet* tersebut

juga tidak sepenuhnya mempresentasikan tentang kinerja dari polisi. Pada dimensi *attractiveness*, *tweet* yang disampaikan oleh @divhumas_polri tidak memiliki kedekatan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa, tidak memiliki persamaan dengan kinerja polisi yang dilihat oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari, dan mahasiswa menilai bahwa pesan yang dimuat di @divhumas_polri bukan sekadar informasi yang memberitahukan sesuatu saja, tetapi informasi yang bersifat persuasif. Gambar-gambar pendukung yang ditampilkan di akun @divhuma_polri selama dua minggu pun tidak memunculkan emosi mahasiswa untuk mendukung dan mempercayai anggota polisi. Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang analisis isi pesan di dalam media sosial milik institusi POLRI, pesan-pesan tersebut memiliki manfaat untuk keamanan dan keselamatan masyarakat di Indonesia di tengah-tengah mudik Natal dan Tahun Baru pada saat era COVID-19 (Rulinawaty et al., 2022).

Ketika *treatment* berupa membaca berita #1hari1oknum dilakukan, rasa percaya mahasiswa terhadap polisi pun menurun dengan drastis. Berdasarkan argumentasi yang diutarakan oleh mahasiswa di pertanyaan kuesioner terbuka, mahasiswa ternyata mempercayai akun anonim yang menyebarkan berita dengan tagar #1hari1oknum. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu, dimana pengguna Twitter merespon konten dari anonim selayaknya berkomunikasi dengan individu biasa. Individu tidak terkendala oleh identitas dari pengguna akun anonim tersebut (Maulida et al., 2022). Penggunaan tagar, akun anonim, dan pengemasan berita #1hari1oknum dengan pengantar pada *tweet* menjadi bahan pertimbangan mahasiswa untuk mempercayai informasi tersebut atau tidak.

Mahasiswa menggunakan jalur sentral ketika mengelola informasi. Mahasiswa yang menjadi responden pada penelitian ini memiliki dua hingga tiga akun media sosial. Adapun media sosial yang digunakan oleh mahasiswa adalah Twitter, Instagram, Tiktok, Facebook, Line, WhatsApp, dan Snap Chat. Twitter merupakan media yang sering dibuka oleh mahasiswa, selain Instagram dan WhatsApp. Hasil penelitian juga menjabarkan bahwa mahasiswa memberikan respon pada berita dengan tagar #1hari1oknum dengan cepat daripada berita-berita lain tentang polisi, terutama jika berita tersebut disebarkan oleh institusi kepolisian dan berita yang berasal dari sumber-sumber media massa yang mendistribusikan berita menggunakan Twitter. Bagi mahasiswa, berita dengan tagar #1hari1oknum dan disebarkan oleh pihak di luar institusi kepolisian dan media massa secara langsung lebih menarik perhatian mereka dan lebih cepat dikonsumsi daripada berita lain tentang polisi yang juga disebarkan melalui media sosial ketika masa eksperimen ini berlangsung.

Beberapa media massa memang mempublikasikan berita mereka kepada publik dengan mengandalkan media sosial. Di media sosial, tersedia *link* yang dapat dibuka oleh para pengguna media sosial. Selanjutnya, *link* berita tersebut disalin oleh audiens, lantas ia melakukan *post* ulang *link* berita tersebut dengan tagar #1hari1oknum. Kegiatan menyalin *link* tersebut umum terjadi di Twitter, sehingga terkadang menimbulkan bias dalam penyebaran informasi dengan mengandalkan media sosial. Situs berita memang menyampaikan fakta, tetapi audiens juga mendengarkan atau membaca opini dari penyalin *link* tersebut di Twitter,

sehingga secara psikologi akan berdampak pada pemaknaan pesan di dalam berita tersebut (Park, 2015). Hal itu juga terjadi pada penelitian ini, dimana individu pemilik akun Twitter menjadi komunikator. Ia menerima pesan dari media massa dalam bentuk *link*, kemudian mengonsumsi pesan tersebut. Selanjutnya, individu menjadi komunikator dengan cara menyebarkan pesan tersebut dan menggunakan tagar #1hari1oknum. Penggunaan tagar tersebut dapat memancing pengguna akun Twitter yang lainnya untuk melakukan *retweet*, *quote retweet*, dan *likes* pada *tweet* tersebut. Di dalam media sosial, individu yang menjadi komunikator dapat menjadi komunikator lagi dengan cara menyebarkan pesan yang diperoleh dari komunikator pertama (Tabroni, 2012).

Ketika pesan-pesan dengan tagar #1hari1oknum tersebut disebarkan oleh pengguna Twitter yang memiliki *followers* dalam jumlah banyak dan dikenal sebagai sosok *public figure*, mahasiswa akan semakin mempercayai berita itu. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu, dimana sebuah tagar dan seorang *public figure* dapat mempengaruhi ketertarikan individu untuk mengikuti informasi tersebut atau tidak (Ernayani et al., 2021). Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *public figure* dapat membuat individu berminat untuk mengikuti isu tersebut. Di sisi lain, ketika individu berinteraksi dengan anonim mengenai isu tersebut, individu tidak menyikapi pemilik akun anonim itu seperti robot. Individu tetap menganggap akun anonim tersebut adalah manusia, bahkan teman dekat, sehingga individu tetap berkomunikasi dua arah dengan akun anonim tersebut.

Penjelasan tersebut menunjukkan tentang perilaku generasi Z dalam mencari dan mengonsumsi informasi melalui Twitter. Generasi Z mempercayai *public figure* dan anonim dalam menyebarkan berita #1hari1oknum, meskipun generasi Z tidak selalu percaya dengan informasi tersebut. Ketika informasi tentang polisi yang dipublikasikan melalui akun Twitter @divhumas_polri, generasi Z juga tidak sepenuhnya percaya dan mencari pembandingan dari informasi tersebut untuk memperkuat argumentasi dari individu selaku generasi Z. Generasi Z juga mempercayai berita dengan tagar #1hari1oknum, serta mempercayai informasi yang memiliki jumlah *retweet*, *quote retweet*, dan *likes* dalam jumlah banyak. Selain itu, generasi Z juga mengonsumsi informasi yang dikomentari oleh warganet dalam jumlah besar di akun Twitter penyebar informasi tersebut. Penelitian terdahulu juga menjabarkan bahwa *retweet* dan *like* merupakan faktor yang mendorong audiens untuk mengonsumsi berita tersebut (Manzanaro et al., 2018).

4. Kesimpulan

Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa para mahasiswa menilai informasi yang diperoleh di Twitter memiliki dimensi keterlibatan, kualitas argumen, kredibilitas, atraktif, dan gambar pendukung yang rendah. Informasi tersebut adalah pesan yang disampaikan oleh akun @divhumas_polri dan berita #1hari1oknum. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki rasa percaya yang rendah pada anggota polisi. Rasa percaya tersebut mengalami penurunan setelah mereka mengonsumsi informasi dari akun @divhumas_polri.

Pada kelompok eksperimen, rasa percaya itu menurun dengan signifikan setelah mereka mengonsumsi berita #1hari1oknum yang juga disebarluaskan melalui Twitter. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa mengelola informasi dari Twitter dengan jalur sentral. Ketika menerima informasi, mereka mempertimbangkan informasi tersebut dengan sumber lainnya. Selain itu, mereka juga mempertimbangkan *public figure* yang mempublikasikan informasi, serta aktivitas *retweet*, *like*, dan *comment* di dalam *tweet* pada akun @divhumas_polri serta berita #1hari1oknum.

Daftar Pustaka

- Anandra, Q., Ujjannatunnisa, & Cahyani, I. P. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media, Dan Informatika*, 9(2), 96–104. <https://doi.org/DOI: 10.31504/komunika.v9i2.3421>
- Anshar, R. U., & Setiyono, J. (2020). Tugas dan Fungsi Polisi Sebagai Penegak Hukum dalam Perspektif Pancasila. *Jurnal Pembangunan Hukum Di Indonesia*, 2(3), 359–372.
- Arianto, B. (2021). Media Sosial sebagai Saluran Aspirasi Kewargaan: Studi Pembahasan RUU Cipta Kerja. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 3(2), 107–127.
- Ernayani, R., Daengs, A., Tarigan, Nuah. P., Lestari, W., & Timotius, E. (2021). Kajian Fenomenologi Pemasaran Digital Agen Properti Melalui Medium Instagram. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(3), 260–269.
- Febrieta, D., & Pertiwi, Y. W. (2018). Rasa Aman Sebagai Prediktor Kepercayaan Masyarakat dengan Hadirnya Polisi. *Jurnal Mediapsi*, 4(2), 68–75.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Education.
- Gunawan, C., & Djati, P. (2018). Pengaruh Personal Selling, Celebrity Endorser, dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk MI1 Global (Studi Kasus pada PT Mione Global Indonesia’MI1’). *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, Dan UMKM*, 1(1), 1–8.
- Gureeva, A., & Samorodova, E. (2021). Hashtag activism in Russia: Theory and practice. *Russian Journal of Communication*, 13(3), 222–237. <https://doi.org/10.1080/19409419.2021.1972828>
- Intanny, V. A., & Putra, N. A. (2019). Studi Eksperimen Peningkatan Literasi Media Sosial Humas Pemerintah Daerah. *Jurnal IPTEK-KOM*, 21(2), 109–122.
- Juditha, C. (2014). Opini Publik Terhadap Kasus “KPK Lawan Polisi” dalam Media Sosial Twitter. *Jurnal Pekommas*, 17(2), 61–70.
- Juniarti, G., Indainanto, Y. I., & Augustine, P. Y. (2018). Strategi Joko Widodo Membentuk Manajemen Kesan di Instagram Menjelang Pilpres 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 116–132.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. . A., & Oetzel, John. G. (2017). *Theorie of Human Communication* (Eleventh Edition). Waveland Press, Inc.

- Littlejohn, S. W., & Karen, A. F. (2008). *Theories of Human Communication* (9th Edition). Wadsworth Publishing Company.
- Maciejewski, M. L. (2020). Quasi-experimental design. *Biostatistics & Epidemiology*, 4(1), 38–47. <https://doi.org/10.1080/24709360.2018.1477468>
- Manzanaro, L., Valor, C., & Paredes-Gázquez, J. D. (2018). Retweet if you please! Do news factors explain engagement? *Journal of Marketing Communications*, 24(4), 375–392. <https://doi.org/10.1080/13527266.2018.1428818>
- Marvy, C. (2014). Partisipasi Politik dalam Foto Demonstrasi Anti Kenaikan Bahan Bakar Minyak 2012 di Harian Kompas dan Harian Jawa Pos. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(1), 1–9.
- Maulida, I. H., Satvikadewi, A. A. I. P., & Hakim, L. (2022). Kepercayaan dan Sikap Pengguna Twitter dalam Merespon Konten Anonim Akun Twitter @Askmenfess. *Jurnal ASPIKOM Jatim*, 2(2), 81–93.
- Morissan. (2018a). *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Prenadamedia Group.
- Morissan. (2018b). *Statistik Sosial* (2nd edition). Prenadamedia Group.
- Myrick, J. G., Holton, A. E., Himelboim, I., & Love, B. (2016). #Stupidcancer: Exploring a Typology of Social Support and the Role of Emotional Expression in a Social Media Community. *Health Communication*, 31(5), 596–605. <https://doi.org/10.1080/10410236.2014.981664>
- Nurrahman, D. A., & Sadewo, F. S. (2017). Institusi Polri dan Perannya di Media Sosial. *Jurnal Sosiologi Unesa*, 2(1), 1–5.
- Oboler, A., Steinberg, G., & Stern, R. (2010). The Framing of Political NGOs in Wikipedia through Criticism Elimination. *Journal of Information Technology & Politics*, 7(4), 284–299. <https://doi.org/10.1080/19331680903577822>
- Park, C. S. (2015). Applying “Negativity Bias” to Twitter: Negative News on Twitter, Emotions, and Political Learning. *Journal of Information Technology & Politics*, 12(4), 342–359. <https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1100225>
- Proklamawaty, P. (2014). Pengaruh Tingkat Kredibilitas Komunikator Terhadap Citra Polisi (Kasus pada Program Polisi Sahabat Anak di Polresta Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–15.
- Pudjiastuti, W., & Fadhal, S. (2012). Opini Mahasiswa Terhadap Citra Polisi Republik Indonesia (POLRI). *Jurnal Al-Azhar Indonesia*, 1(3), 201–216.
- Rahmanta, A. (2021, Desember). *Arti Tagar Viral PercumaLaporPolisi, 1Hari1Oknum, dan NoViralNoJustice yang Ditanggapi Kapolri Sigit Listyo*. Berita DIY. <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/citizen/pr-703257435/arti-tagar-viral-percumalaporpolisi-1hari1oknum-dan-noviralnojustice-yang-ditanggapi-kapolri-sigit-listyo>
- Rulinawaty, Yudhakusuma, D., Hendriarto, P., Erlianti, D., & Fitria, R. (2022). Analisis Isi Komunikasi Publik Polri Terkait Mudik Libur Natal dan Tahun Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(1), 26–38.

- Sapari, A., & Kurniati, N. M. T. (2008). Gambaran Agresivitas Aparat Kepolisian yang Menangani Demonstrasi. *Jurnal Psikologi*, 1(2), 129–135.
- Suparto, D., & Habibullah, A. (2021). Efektivitas Penggunaan Sosial Media Twitter dalam Penyebaran Informasi dalam Pelayanan Publik (Studi Kasus di Kabupaten Pematang). *Indonesian Governance Journal*, 4(1), 161–172. <https://doi.org/10.24905/igj.v4i2.1927>
- Tabroni, R. (2012). *Komunikasi Politik pada Era Multimedia*. Simbiosis Rekatama Media.
- Tim CNN Indonesia. (2020a, Oktober). *Koalisi Sebut Polisi Brutal saat Bubarkan Demo Omnibus Law*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201014160410-20-558390/koalisi-sebut-polisi-brutal-saat-bubarkan-demo-omnibus-law>
- Tim CNN Indonesia. (2020b, Oktober). *Polisi Dinilai Tak Netral Tangani Demo Menolak Omnibus Law*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201007032103-12-555219/polisi-dinilai-tak-netral-tangani-demo-menolak-omnibus-law>
- Whittier, N., Wildhagen, T., & Gold, Howard. J. (2020). *Statistics for Social Understanding With Stata and SPSS*. Rowman & Littlefield.