

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori

1. Efek Media Massa

Menurut Steven M Chaffee, efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan yakni: *Pendekatan pertama* adalah efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri. *Pendekatan kedua* adalah dengan melihat jenis perubahan yang terjadi dalam diri khalayak komunikasi massa berupa perubahan sikap. Perasaan dan perilaku atau dengan istilah perubahan *Kognitif, afektif dan behavioral*. *Pendekatan ketiga* yaitu observasi terhadap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat atau bangsa) yang dikenai efek komunikasi massa.¹

Penjelasan tersebut menjelaskan bahwa pesan media massa memiliki kekuatan memberikan efek kepada komunikan terhadap aspek *kognitif, afektif, dan behavioral* untuk mengetahui dampak efek tersebut dilakukan tiga pendekatan. Namun penelitian ini hanya meneliti sampai pada pendekatan kedua, yaitu pendekatan untuk melihat perubahan yang terjadi pada khalayak meliputi tiga aspek yakni:

a. Kognitif

Dampak yang timbul pada komunikan yang menyebabkan seseorang menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya. Hal ini berarti media massa sebagai komunikator hanya ingin melakukan perubahan pada pemikiran, pemahaman maupun pengetahuan khalayaknya sebagai komunikan.

b. Afektif

Dampak afektif memiliki kadar yang lebih tinggi dibandingkan dampak kognitif. Pada tahap ini komunikator tidak lagi berupaya untuk sekedar meningkatkan pemahaman dan pengetahuan komunikan melainkan berusaha

¹ Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), hal. 49

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk menyentuh perasaan komunikan, sehingga munculnya perasaan tertentu dari komunikan seperti sedih, marah, senang, gembira, dan sebagainya.

c. Behavioral

Dampak behavioral merupakan dampak dari komunikasi massa yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Dikatakan lain efek komunikasi massa pada tingkatan ini telah ditunjukkan dengan adanya respon dari khalayak dengan melakukan sebuah tindakan².

Efek pada media massa ini, peneliti kaitkan dengan pembentukan citra pada aspek kognitif yang terjadi dalam diri komunikan terhadap stimuli dari pesan media massa yang menerpa komunikan dalam jangka waktu tertentu, karena citra terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima, media massa bekerja menyampaikan informasi buat khalayak, informasi itu dapat membentuk, mempertahankan atau mendefinisikan citra³.

Efek dari media massa berpengaruh terhadap proses pembentukan citra yang akhirnya menimbulkan citra positif atau negatif terhadap institusi kepolisian melalui informasi media massa televisi melalui program NET '86'. Penelitian efek media massa terhadap khalayak bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kehadiran suatu media atau proses penyampaian pesan mempengaruhi khalayak dalam berfikir, bersikap dan berperilaku.⁴

2. Program Siaran Televisi

Televisi merupakan media paling berpotensi daya capainya dan untuk memperoleh berbagai macam informasi. Program siaran adalah hal yang penting dalam sebuah media. Program siaran televisi disusun dalam suatu format sajian dengan unsur video dan audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetika dan artistik yang berlaku.⁵

²Nurul Efrina Siregar, *Pengaruh Terpaan Media Tentang Pemberitaan Kiamat 2012 Terhadap Sikap Warga Kauman Yogyakarta*. (Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2011) hal 13-14

³Kriyanto, *Teknis*, hal 224

⁴Ardianto dan Erdianaya, *Komunikasi*, hal 168

⁵Tri Heni Prasetyowati, *Respon Masyarakat Kliwonan Terhadap Program Siaran Di Stasiun Tv Komunitas -Grabag Tv* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2010) hal 14

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setiap program televisi mempunyai sasaran dan tujuan jela yang akan dicapai. Tiap stasiun televisi mempunyai tujuan masing-masing. Program siaran acara yang ditayangkan masing-masing stasiun televisi merupakan program acara yang ditetapkan oleh pihak stasiun televisi tersebut, baik melalui kerjasama maupun tidak. Bentuk-bentuk caranya tergantung kepada pengelola program siaran dalam mengemas sekaligus memproduksi, sehingga menjadi program siaran yang sarat nilai yang diminati oleh masyarakat.⁶

3. Pengertian Citra

Pengertian citra dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah (1) kata benda: gambar, rupa; (2) gambaran-gambaran yang dimiliki oleh orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (3) kesan mental atau bayangan visual, yang ditimbulkan oleh kata, frase atau kalimat dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.⁷

Menurut Frank Jefkins, definisi citra dalam konteks humas yaitu kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personil-personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan.⁸

Menurut G. Sach, citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Menurut Bill Canton, citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari public terhadap perusahaan. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Sedangkan menurut Katz, citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.⁹

Dari penjelasan tersebut program NET '86' adalah sarana komunikasi dari institusi Kepolisian kepada khalayak luas melalui media massa televisi berjenis program *reality show*. Institusi Kepolisian membangun citra baik dengan media melalui program *reality show* NET '86', pesan dari program ini memberikan

⁶*Ibid*, hal 14

⁷Departemen, *Kamus*, hal

⁸Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Public Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), hal 114

⁹Novita Nur Endah Puspita Dewi, *Pembentukan Citra Perpustakaan oleh Teks Media Massa di Kota Madya Surakarta*. (Semarang: Universitas Diponegoro. 2013) hal 10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

stimuli pada penonton. Sehingga diharapkan dapat membentuk citra (*image*) seperti tanggapan baik positif maupun negatif pada aspek kognitif, sesuai dengan yang diharapkan dari institusi Kepolisian kepada penonton.

4. Proses Pembentukan Citra

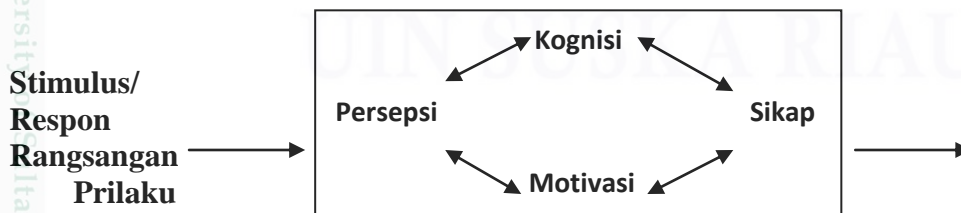
Citra dibentuk melalui sebuah proses yang dibentuk dalam struktur kognitif yang sesuai dengan sistem komunikasi.¹⁰ Selanjutnya *Input* adalah stimulus yang diberikan dan *Output* adalah tanggapan atau perilaku tertentu.

Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Adapun arti dari empat komponen dalam model pembentukan citra tersebut.¹¹

- a. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan.
- b. Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus.
- c. Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan.
- d. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai.

Elvinaro mengungkapkan bahwa proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John. S. Nimpoerno, sebagai berikut¹²:

Model Pembentukan Citra Pengalaman Stimulus



Gambar 2.1

¹⁰Soemirat dan Ardianto, *Dasar-dasar*, hal 115

¹¹*Ibid*, hal 115

¹²Novita, *Pembentukan*, hal 12

Pada saat stimulus menerpa khalayak maka khalayak melakukan persepsi. Persepsi khalayak memberikan makna terhadap rangsangan stimulus berdasarkan pengalamannya mengenai rangsangan. Lalu dilanjutkan kognisi adalah saat khalayak paham hingga membentuk keyakinan terhadap rangsangan yang diberikan. Setelah itu muncul dorongan untuk melakukan kegiatan tertentu atau bisa disebut dengan motif. Kemudian terakhir khalayak cenderung membentuk sikap atau kecenderungan khalayak dalam bertindak, berpersepsi, dan berfikir.

5. Jenis-jenis Citra

Menurut Frank Jefkins, ada beberapa jenis citra (*image*) yang dikenal di dunia aktivitas hubungan masyarakat (*Public Relations*), dan dapat dibedakan satu dengan yang lain sebagai berikut ¹³:

a. Citra cermin (*mirror image*)

Citra cermin yang diyakini diperoleh perusahaan yang bersangkutan terutama para pemimpinnya yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Dalam implementasinya kesan dan citra dimata masyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang diharapkan dengan kenyataan citra dilapangan, bisa terjadi justru mencerminkan citra negatifnya yang muncul.

b. Citra kini (*current image*)

Citra merupakan kesan yang baik diperoleh dari orang lain tentang perusahaan atau organisasi atau hal lain yang berkaitan dengan produknya. Pihak Public Relations atau humas akan menghadapi resiko yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk (*prejudice*) dan hingga kesalah pahaman (*miss understanding*) yang menyebabkan citra kini yang ditanggapi secara tidak adil atau bahkan kesan negatif yang diperolehnya.

c. Citra keinginan (*wish image*)

Citra keinginan adalah seperti apa yang ingin dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga atau perusahaan, atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal (*good awardness*), menyenangkan dan diterima dengan

¹³Soemirat dan Ardianto, *Dasar-dasar*, hal 116

kesan yang selalu positif diberikan (*take and give*) oleh publiknya atau masyarakat umum.

d. Citra Perusahaan (*corporate image*)

Jenis citra yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya. Bagaimana menciptakan citra perusahaan (*corporate image*) yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial (*social care*). Citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya.

e. Citra serbaneka (*multiple image*)

Merupakan pelengkap dari citra perusahaan, misalnya bagaimana pihak humas atau Public Relation-nya akan menampilkan pengenalan (*ourness*) terhadap identitas perusahaan, atribut logo, brand name, seragam (*uniform*), para *front liner*, sosok gedung, dekorasi loby kantor dan penampilan para profesionalnya.

f. Citra penampilan (*performance image*)

Lebih ditunjukkan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri (*performance image*) para profesional pada perusahaan bersangkutan.

Jenis citra pada program NET '86' menurut peneliti adalah jenis citra perusahaan (*corporate image*) atau organisasi. Kepolisian mencoba membangun citra positif dengan masyarakat agar lebih dikenal serta diterima oleh masyarakat dengan cara menggambarkan kualitas pelayanan institusi Kepolisian kepada masyarakat sesuai Visi Misi dari Institusi Polri. Menampilkan keberhasilan dari personel Kepolisian dalam menegakan peraturan secara real dalam tayangan NET '86'. Karena dalam hal menegakan peraturan merupakan tanggung jawab sosial (*social care*) dari institusi Kepolisian.

B. Kajian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Wawan Maulana pada tahun 2010, dengan judul *Pengaruh Terpaan Acara Mata Hati di Radio Q FM Yogyakarta terhadap Persepsi mendengarkan Program Dakwah di Radio (Studi Kuantitatif pada*



Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta) menghasilkan bahwa sebagian besar Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta termasuk mendapat terpaan acara Mata Hati di Radio Q FM dalam kategori “sedang”. Para Mahasiswa Fakultas dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagian besar memberikan persepsi “baik” terhadap acara dakwah Mata Hati di Radio Q FM. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara terpaan acara Mata Hati di radio Q FM terhadap persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah UIN tentang dakwah melalui radio. Koefisien regresi positif (searah).¹⁴

Penelitian dari Tirta Lestari pada tahun 2015, dengan judul *Pengaruh Terpaan Iklan Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2012)* mengungkapkan bahwa ada pengaruh terpaan iklan Elevenia terhadap minat beli mahasiswa. Dari hasil uji analisis korelasi dapat dijelaskan bahwa hubungan antara variabel “Terpaan Iklan” dengan “Minat Beli” adalah sebesar 0,566. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel bernilai Sedang, karena berada pada interval korelasi 0,40-0,599. Hasil nilai koefisien determinasi antara kedua variabel adalah sebesar 0,513 maka 26,31% minat beli mahasiswa merupakan kontribusi dari variabel terpaan iklan, sedangkan sisanya 73,69% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain. Dengan hasil yang dijabarkan dalam penelitian ini, bahwa $t_{hitung}(4,185) > t_{tabel}(1,677)$.¹⁵

Penelitian dari Denny Setyawan pada tahun 2009, yang berjudul *Pengaruh Terpaan Tayangan Democracy di Metro TV terhadap Citra Positif Anggota DPR RI (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UMM 2016)* mengungkapkan bahwa ada pengaruh terpaan isi tayangan terhadap citra anggota DPR RI dimata mahasiswa sebagai penonton acara Democracy dengan nilai regresi sebesar 2,013 dengan tingkat signifikan 0,000 kemudian dilihat dari

¹⁴ Wawan Maulana, *Pengaruh Terpaan Acara Mata Hati di Radio Q FM Yogyakarta terhadap Persepsi mendengarkan Program Dakwah di Radio*. (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2010)

¹⁵ Tirta Lestari, *Pengaruh Terpaan Iklan Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2012)*. (Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. 2015)

determinasi memberikan pengaruh sebesar 99,9%, berarti selebihnya variable yang tidak termasuk dalam penelitian ini. berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut : ada pengaruh terpaan isi tayangan democracy selanjutnya pengaruh terpaan isi tayangan Democracy yang disiarkan oleh Metro TV terhadap Citra Anggota DPR RI di mata mahasiswa sebagai penonton acara DemocraZy dari nilai regresi sebesar 2,013 dengan tingkat signifikan 0,000 kemudian dilihat dsai determinasi memberikan pengaruh sebesar 99,95 yang berarti selebihnya variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.¹⁶

Penelitian dari Pattipeilohy F pada tahun 2013, berjudul *Pengaruh Terpaan Berita Kriminal Terhadap Kewaspadaan Ibu Rumah Tangga Samarinda (Studi Kasus Surat Kabar Harian “ Samarinda Pos” Di Kelurahan Teluk Lerong Ulu Rt.10 Samarinda)*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas dengan analisis regresi linear sederhana. Sampel penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan purposive sampling dengan rumus yamane yaitu ibu – ibu rumah tangga RT. 10 Kelurahan Teluk Lerong Ulu, yang berjumlah 55 orang tanpa ada kriteria khusus dari sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh terpaan berita kriminal surat kabar terhadap kewaspadaan ibu rumah tangga Samarinda (Studi kasus surat kabar harian “Samarinda Pos” pada Kelurahan Teluk Lerong Ulu RT. 10 Samarinda).¹⁷

Penelitian dari Patrioty Kusuma Ningrum pada tahun 2009, yang berjudul *Pengaruh Terpaan Tayangan Iklan Politik Terhadap citra Partai Politik(Studi pada Masyarakat Desa Bedahan RT 001 / RW 04 Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan –Jawa Timur)*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori AIDDA yang mana menitikberatkan pada tahapan yang dilalui seseorang sebelum akhirnya mengambil suatu tindakan. Hasil dari penelitian tersebut yaitu

¹⁶Denny Setyawan, *Pengaruh Terpaan Tayangan Democracy di Metro TV terhadap Citra Positif Anggota DPR RI*(Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. 2009)

¹⁷Pattipeilohy F, *Pengaruh Terpaan Berita Kriminal Terhadap Kewaspadaan Ibu Rumah Tangga Samarinda* (Samarinda: Universitas Mulawarman. 2013)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terdapat hubungan antara terpaan tayangan iklan politik dengan citra partai politik.¹⁸

Berdasarkan penelitian tersebut maka disini saya ingin mencoba menguji pengaruh terpaan tayangan NET '86' terhadap citra Kepolisian Negara Republik Indonesia pada Polresta Pekanbaru dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Untuk menguji validitas digunakan rumus Korelasi *Product Moment*, sedangkan teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana.

C. Konsep Operasionalisasi Variabel

Konsep operasional merupakan hasil pemikiran rasional yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai.

Variabel X disebut juga variabel bebas (independent) yakni variable yang mempengaruhi variabel lainya yang bersifat berdiri sendiri. Variabel X dalam penelitian ini adalah "tayangan program NET '86'". Dalam hal ini, peneliti mengukur variabel tayangan program NET '86' sebagai berikut:

- 1) Seberapa sering menonton tayangan program NET '86'.
- 2) Lama menonton tayangan program NET '86'.
- 3) Mengetahui tayangan program NET '86'.
- 4) Menyempatkan waktu untuk menonton tayangan program NET '86'.
- 5) Jam tayang program NET '86'.
- 6) Menyimak tayangan program NET '86'.
- 7) Tayangan program NET '86' menarik.
- 8) Menyukai tayangan program NET '86'.
- 9) Tayangan program NET '86' sesuai keinginan.
- 10) Membahas tayangan program NET '86'.
- 11) Mendapat banyak informasi setelah menonton tayangan program NET '86'.
- 12) Tayangan program NET '86' bermanfaat.

¹⁸Patrioty Kusuma Ningrum, *Pengaruh Terpaan Tayangan Iklan Politik Terhadap Citra Partai Politik* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. 2009)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

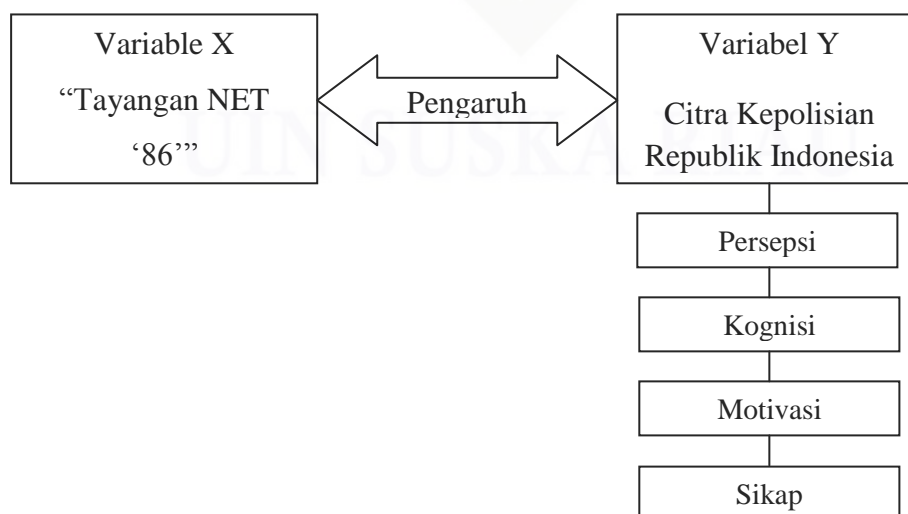
13) Tayangan program NET '86' favorit.

14) Tayangan program NET '86' sering ditonton.

Variabel terikat (Y) di dalam penelitian ini adalah citra Kepolisian Republik Indonesia pada Polresta Pekanbaru. Citra tersebut dapat diamati dari faktor-faktor berikut :

- a) Persepsi.
 - 1) Kesan yang ditimbulkan setelah menonton tayangan program NET '86'.
- b) Kognisi.
 - 1) Keyakinan terhadap tayangan program NET '86'.
- c) Motivasi.
 - 1) Keinginan melakukan hal yang sama setelah menonton tayangan program NET '86'.
- d) Sikap.
 - 1) Tindakan setelah menonton tayangan program NET '86'.
 - 2) Kesan yang ingin dicapai setelah menonton tayangan program NET '86'.
 - 3) Cara berfikir setelah menonton tayangan program NET '86'.

Hubungan antar variable dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Hubungan Antar Variabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan mengenai populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian atau hipotesis adalah pernyataan mengenai keadaan parameter yang akan diuji melalui statistik sampel.

Menurut Winarno Surachmad, hipotesa adalah rumusan sementara terhadap suatu hal sebagai suatu tuntutan sementara dalam menyelidikannya untuk mencari jalan yang sebenarnya.¹⁹

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

Ho :Tidak ada pengaruh yang signifikan antara tayangan program NET ‘86’ terhadap citra Kepolisian Republik Indonesia pada Polresta Pekanbaru.

Ha :Ada pengaruh yang signifikan antara program NET ‘86’ terhadap citra Kepolisian Republik Indonesia pada Polresta Pekanbaru.

Hipotesis sementara dari peneliti adalah **Ha: Ada pengaruh yang signifikan antara program NET ‘86’ terhadap citra Kepolisian Republik Indonesia pada Polresta Pekanbaru.**

¹⁹Winarno Surachmad, *Pengantar Penelitian-Penelitian Ilmiah, Dasar-dasar Metode Tehnik*. (Bandung: Tarsito, 1998), hal 39