



**PENGARUH KINERJA KOMUNIKASI AKUN X
@DIVHUMAS_POLRI TERHADAP REPUTASI POLRI
(SURVEI PADA FOLLOWERS AKUN X
@DIVHUMAS_POLRI)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Tachta Putra Avidiansyah

44222010077

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



**PENGARUH KINERJA KOMUNIKASI AKUN X
@DIVHUMAS_POLRI TERHADAP REPUTASI POLRI
(SURVEI PADA FOLLOWERS AKUN X
@DIVHUMAS_POLRI)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S1).

Tachta Putra Avidiansyah
44222010077

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tachta Putra Avidiansyah
NIM : 44222010077
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Kinerja Komunikasi Akun X @Divhumas_Polri Terhadap Reputasi Polri (Survei Pada Followers Akun X @Divhumas_Polri)”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Februari 2026



Tachta Putra Avidiansyah

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Tachta Putra Avidiansyah

NIM : 44222010077

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Pengaruh Kinerja Komunikasi Akun X @DivHumas_Polri Terhadap Reputasi Polri (Survei Pada Followers Akun X @DivHumas_Polri)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 5 Februari 2026 ,didapatkan nilai persentase sebesar 27%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Februari 2026

Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

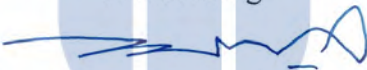
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Tachta Putra Avidiansyah
NIM : 44222010077
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kinerja Komunikasi Akun X @Divhumas_Polri
Terhadap Reputasi Polri
(Survei Pada Followers Akun X @Divhumas_Polri)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 26 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



Irmulansati Tomohardjo, Dr., SH. M.Si.

NIDN: 0330077301

UNIVERSITAS

Jakarta, 4 Februari 2026

Mengetahui,

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

NIDN: 0318116602



Farid Hamid Umarella, Dr.M.Si.

NIDN: 0301117301

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, peneliti menyampaikan terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Kinerja Komunikasi Terhadap Reputasi Polri (Survei Kepada Followers Akun X @DivHumas_Polri”**. Karya ilmiah ini disusun sebagai salah satu bentuk pemenuhan syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata 1 (S-1) dalam bidang Ilmu Komunikasi, konsentrasi Public Relations, di Universitas Mercu Buana.

Penyelesaian skripsi ini tentu tidak dapat terwujud tanpa adanya dukungan, bantuan, dan doa dari banyak pihak. Oleh sebab itu, peneliti merasa perlu untuk menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini :

1. Ibu Irmulansati Tomohardjo Dr., SH. M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah mendampingi dan memberikan bimbingan selama proses penyusunan tugas akhir skripsi ini. Banyak masukan dan wawasan berharga yang telah beliau berikan, yang sangat membantu dalam pengembangan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Segenap Dosen Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana yang telah membantu, mengajarkan dan memberikan ilmu kepada peneliti.
5. Kedua orang tua, Murniati dan Julianto yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doa yang tiada henti sepanjang perjalanan pendidikan saya. Tanpa cinta dan pengorbanan mereka, saya tidak akan bisa mencapai apa yang saya raih hari ini.
6. Kepada seluruh responden atas partisipasi dan kesediannya dalam mengisi kuisioner yang sangat membantu kelancaran penelitian ini.
7. Kepada teman-teman saya Alm. Nur Sayyid Arib, Dimas, Berlin, Anisha, Andhika, Gustiar, Fachrezy, Randy, Dhona dan Ratu. yang telah menemani,

mendukung, dan memberi semangat sepanjang perjalanan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada wanita luar biasa yang bernama Alya Razak yang senantiasa membantu, mensupport serta mengorbankan waktu dan tenaga untuk selalu membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti dengan rendah hati menerima segala kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa depan. Diharapkan, skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan memberikan kontribusi positif dalam perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang Public Relations.



Jakarta, Januari 2026

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Tachta Putra Avidiansyah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tachta Putra Avidiansyah
NIM : 44222010077
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : **Pengaruh Kinerja Komunikasi Akun X @Divhumas_Polri Terhadap Reputasi Polri (Survei Pada Followers Akun X @Divhumas_Polri)**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Februari 2026

Yang menyatakan,



Tachta Putra Avidiansyah

**PENGARUH KINERJA KOMUNIKASI AKUN X
@DIVHUMAS_POLRI TERHADAP REPUTASI POLRI
(SURVEI PADA FOLLOWERS AKUN X
@DIVHUMAS_POLRI)**

TACHTA PUTRA AVIDIANSYAH

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi sarana penting bagi lembaga publik dalam menyampaikan informasi dan membangun reputasi institusi. Kepolisian Negara Republik Indonesia melalui akun X @DivHumas_Polri memanfaatkan media sosial sebagai kanal komunikasi resmi dengan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja komunikasi akun X @DivHumas_Polri terhadap reputasi Polri di mata publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja komunikasi akun X @DivHumas_Polri terhadap reputasi Polri dengan menggunakan landasan teori Kinerja Komunikasi yang mencakup aspek kejelasan pesan, keakuratan informasi, intensitas komunikasi, serta pemahaman pesan oleh audiens. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling terhadap 100 responden yang merupakan pengikut aktif akun X @DivHumas_Polri. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana dan perhitungan koefisien determinasi dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja komunikasi akun @DivHumas_Polri berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi Polri. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.962 yang menunjukkan bahwa kinerja komunikasi memberikan kontribusi sebesar 96,2% terhadap reputasi Polri, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa penonjolan isu, kejelasan informasi, dan konsistensi pesan mampu membentuk persepsi, kepercayaan, dan kredibilitas institusi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial, khususnya akun resmi institusi, merupakan alat komunikasi publik yang penting untuk menciptakan dan menjaga reputasi institusi negara di era digital. Oleh karena itu, kepolisian perlu terus bekerja meningkatkan kualitas komunikasi digital agar mereka dapat mengembangkan hubungan yang lebih terbuka, responsif, dan manusiawi dengan masyarakat serta meningkatkan legitimasi institusi mereka di ranah publik digital.

Kata kunci: kinerja komunikasi, media sosial, reputasi, POLRI

**THE EFFECT OF @DIVHUMAS_POLRI'S X ACCOUNT
COMMUNICATION PERFORMANCE ON THE REPUTATION
OF THE INDONESIAN NATIONAL POLICE: A SURVEY OF X
ACCOUNT @DIVHUMAS_POLRI FOLLOWERS**

TACHTA PUTRA AVIDIANSYAH

ABSTRACT

Social media has become an important medium for public institutions in delivering information and building institutional reputation. The Indonesian National Police, through the X account @DivHumas_Polri, use social media as an official communication channel with the public. This study aims to determine the effect of the communication performance of the X account @DivHumas_Polri on the reputation of the Indonesian National Police. This study aims to analyze the effect of the communication performance of the X account @DivHumas_Polri on the reputation of the Indonesian National Police by using Communication Performance Theory, which includes aspects of message clarity, information accuracy, communication intensity, and audience understanding. This research uses a quantitative approach with a survey method. The sampling technique used is purposive sampling with 100 respondents who are active followers of the X account @DivHumas_Polri. Data were collected through questionnaires and analyzed using simple linear regression analysis and coefficient of determination with the help of SPSS software. The results show that the communication performance of the @DivHumas_Polri account has a positive and significant effect on the reputation of the Indonesian National Police. The coefficient of determination (R^2) is 0.962, indicating that communication performance contributes 96,2% to the reputation of the Indonesian National Police, while the rest is influenced by other factors outside this study. This study concludes that social media, especially official institutional accounts, is an important public communication tool for creating and keeping the reputation of state institutions in the digital age. So, the police need to keep working on increasing the quality of digital communication so that they can develop a more open, responsive, and human relationship with the public and increase the legitimacy of their institutions in the digital public domain.

Keywords: communication performance, social media, reputation, Indonesian National Police

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Akademis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1. Novelty Penelitian.....	25
2.2. Kajian Teoritis	25
2.2.1. Teori <i>Stimulus Organism Response</i> (S-O-R).....	25
2.2.2. Kinerja Komunikasi	27
2.2.3. Teori Kinerja Organisasi	31
2.2.4. Teori Reputasi Organisasi	31

2.2.5. New Media	34
2.2.7.1. Konsep New Media.....	34
2.2.6. Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1. Paradigma Penelitian.....	37
3.2. Metode Penelitian.....	38
3.3. Populasi dan Sampel	38
3.3.1. Populasi.....	38
3.3.2. Sampel.....	39
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.4. Definisi Konsep dan Operasional Konsep	41
3.4.1. Definisi Konsep.....	41
3.4.2. Operasional konsep	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data	47
3.5.1. Data Primer	47
3.5.2. Data Sekunder	48
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.6.1. Uji Validitas.....	48
3.6.2. Uji Reliabilitas	51
3.7. Teknik Analisis Data	52
3.7.1. Uji Koefisien Determinasi	52
3.7.2. Analisis Regresi Linear Sederhana	53
3.7.3. Uji-t	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1. Gambaran Umum Akun X @DivHumas_Polri	55
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Karakteristik Responden	58
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel X (Kinerja Komunikasi).....	59
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel Y	69
4.2.4. Hasil Uji Koefisien Determinasi	77

4.2.5. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	79
4.2.6. Uji T	80
4.3 Pembahasan.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	86
5.2.1 Saran Akademis.....	86
5.2.2 Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Waktu yang Dhabiskan Menggunakan Media Sosial.....	2
Gambar 1. 2 Akun X @DivHumas_Polri	3
Gambar 1. 3 Bentuk Komunikasi Pada Akun @DivisiHumas_Polri.....	4
Gambar 1. 4 Keresahan Para Pegguna	5
Gambar 1. 5 Survei Kepuasan Publik	7
Gambar 4. 1 Profil @DivHumas_Polri.....	55
Gambar 4. 2 Postingan 15 Juli	56
Gambar 4. 3 Postingan 10 Juli	57



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Pengguna X	58
Tabel 4. 3 Pengikut Akun X @DivHumas_Polri	59
Tabel 4. 4 Pernyataan Dimensi Efektivitas Komunikasi	60
Tabel 4. 5 Pernyataan Dimensi Efektivitas Komunikasi	60
Tabel 4. 6 Pernyataan Dimensi Efektivitas Komunikasi.....	61
Tabel 4. 7 Pernyataan Dimensi Intensitas Komunikasi.....	62
Tabel 4. 8 Pernyataan Dimensi Intensitas Komunikasi.....	62
Tabel 4. 9 Pernyataan Dimensi Intensitas Komunikasi	63
Tabel 4. 10 Pernyataan Dimensi Pemahaman Pesan.....	63
Tabel 4. 11 Pernyataan Dimensi Pemahaman Pesan	64
Tabel 4. 12 Pernyataan Dimensi Pemahaman Pesan.....	65
Tabel 4. 13 Pernyataan Dimensi Kemudahan Mengakses Informasi.....	65
Tabel 4. 14 Pernyataan Dimensi Kemudahan Mengakses Informasi.....	66
Tabel 4. 15 Pernyataan Dimensi Kemudahan Mengakses Informasi.....	66
Tabel 4. 16 Pernyataan Dimensi Perubahan Sikap.....	67
Tabel 4. 17 Pernyataan Dimensi Perubahan Sikap.....	68
Tabel 4. 18 Pernyataan Dimensi Perubahan Sikap.....	68
Tabel 4. 19 Pernyataan Dimensi Kepercayaan.....	69
Tabel 4. 20 Pernyataan Dimensi Kepercayaan.....	70
Tabel 4. 21 Pernyataan Dimensi Kepercayaan.....	71
Tabel 4. 22 Pernyataan Dimensi Kredibilitas.....	71
Tabel 4. 23 Pernyataan Dimensi Kredibilitas.....	72
Tabel 4. 24 Pernyataan Dimensi Kredibilitas.....	72
Tabel 4. 25 Pernyataan Dimensi Pengakuan	73
Tabel 4. 26 Pernyataan Dimensi Pengakuan	74
Tabel 4. 27 Pernyataan Dimensi Pengakuan	75
Tabel 4. 28 Pernyataan Dimensi Relevansi.....	75
Tabel 4. 29 Pernyataan Dimensi Relevansi.....	76
Tabel 4. 30 Pernyataan Dimensi Relevansi.....	76

Tabel 4. 31 R Square	77
Tabel 4. 32 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	79
Tabel 4. 33 Hasil Uji T	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	91
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	96
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	97
Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas Variabel X	97
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas Variabel Y	97
Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel X	98
Lampiran 7 Tabulasi Data Y	100
Lampiran 8 Hasil Karakteristik Responden	103
Lampiran 9 Hasil Uji Data	103
Lampiran 10 Curriculum Vitae	104

