

## PENGARUH KREDIBILITAS KOMUNIKATOR TERHADAP KOHESIVITAS KELOMPOK

Kismiyati El Karimah, Ichsanti Kamilah, dan Agus Setiawan

Program Studi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran,  
Jatinangor, Sumedang

E-mail: miyaelka@unpad.ac.id; Ickhsanti@yahoo.co.id; agus.setiawan@unpad.ac.id

**ABSTRAK.** Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kredibilitas Komunikator Terhadap Kohesivitas Kelompok” dengan sub judul “Studi Eksplanatif Mengenai Pengaruh Kredibilitas Admin Terhadap Kohesivitas Kelompok One Day One Juz (ODOJ) Melalui Media Virtual. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kredibilitas admin meliputi keterpercayaan, keahlian, serta daya tarik terhadap kohesivitas kelompok One Day One Juz (ODOJ) melalui media virtual. Teori yang diuji adalah Teori Kredibilitas Sumber. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif, sementara teknik analisisnya yaitu uji regresi linier berganda. Data penelitian ini diambil dari kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh anggota/member kelompok One Day One Juz (ODOJ) dengan penarikan sampel sebanyak 100 orang. Teknik penarikan sampel yang diterapkan yaitu *stratified random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kredibilitas admin meliputi keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik terhadap kohesivitas kelompok One Day One Juz (ODOJ) melalui media virtual.

**Kata Kunci :** *Kredibilitas; Teori Kredibilitas Sumber; Keterpercayaan; Keahlian; Daya Tarik; Kohesivitas Kelompok*

### THE INFLUENCE OF COMMUNICATOR CREDIBILITY ON GROUP COHESIVENESS

**ABSTRACT.** *The research was entitled "The Influence of Communicator Credibility on Group Cohesiveness" with subtitles "Explanative Study Regarding the Influence of Admin Credibility on One Day One Juz (ODOJ) Group Cohesiveness Through Virtual Media. The purpose of this research is to determine the magnitude of the influence of credibility of the admin include the trustworthiness, expertise, and attractiveness to the cohesiveness of the group One Day One Juz (ODOJ) through virtual media. The theory tested is Source Credibility Theory. The research method used is explanative method with quantitative approach, while the analysis technique is multiple linier regression test. This research data is taken from questionnaires, interviews, and literature study. The population in this research is all members of the group One Day One Juz (ODOJ) with the sampling of 100 people. Sampling technique applied is stratified random sampling. The results of this research indicate that there is a significant influence between the credibility of the admin include the trustworthiness, expertise, and attractiveness on One Day One Juz (ODOJ) Group Cohesiveness through virtual media.*

**Keywords :** *Credibility, Source Credibility Theory; Trustworthiness; Expertise; Attractiveness; Group Cohesiveness.*

### PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup bermasyarakat. Bagaimana pun dan dalam keadaan apa pun, manusia membutuhkan orang lain, baik itu untuk berinteraksi atau pun untuk memudahkan kehidupannya. Setiap aktivitas yang dilakukan manusia setiap hari tak luput dari hubungannya dengan orang lain. Saat manusia dilahirkan, ia sudah menjadi bagian dari kelompok, yakni keluarga. Keluarga menjadi contoh kecil adanya suatu kelompok. Manusia akan selalu menjadi bagian dari kelompok sosial. Beberapa kelompok sederhana yang dapat ditemui pada kehidupan sehari-hari yaitu kelompok bermain, kelompok belajar, dan lain sebagainya.

Manusia tidak dapat mencapai apa yang diinginkan sendirian. Manusia menjalankan perannya dengan menggunakan simbol untuk mengomunikasikan pemikiran dan perasaannya. Jarang sekali kita menemukan manusia yang hidup secara individualis, kecuali melalui medium kehidupan sosial. Sejatinya, manusia membutuhkan orang lain dalam hal yang positif. Manusia yang mudah bersosialisasi dengan baik adalah manusia yang dapat menjalankan interaksi dengan baik dengan lingkungan sekitarnya.

Untuk menjadi sebuah kelompok yang harmonis dan efektif, harus ada komunikasi yang terjalin antaranggotanya. Komunikasi yang dilakukan bisa berbagai macam caranya, baik itu sederhana maupun kompleks. Pada dasarnya, komunikasi adalah proses bertukar informasi.

Anggota kelompok tidak harus melulu bertatap muka untuk berinteraksi. Kini manusia dimudahkan dengan teknologi, salah satunya *handphone*, sehingga jarak dan waktu bukanlah masalah utama tidak terjadinya interaksi antaranggota kelompok tersebut.

Menurut Robert K. Merton dalam (Sunarto, 1993:89), kelompok yaitu sekumpulan orang yang saling berinteraksi sesuai dengan pola-pola yang telah mapan. Selanjutnya Merton menyebutkan tiga kriteria obyektif dari suatu kelompok. Pertama, kelompok ditandai oleh sering terjadinya interaksi. Kedua, pihak-pihak yang berinteraksi mendefinisikan diri mereka sebagai anggota. Ketiga, pihak-pihak yang berinteraksi didefinisikan oleh orang lain sebagai anggota kelompok.

Dalam suatu kelompok biasanya terdapat seorang pemimpin yang mengarahkan kemana kelompok tersebut berjalan. Pemimpin biasanya merupakan orang yang berpengaruh atau orang yang dipercaya dapat mengendalikan laju suatu kelompok sehingga tujuan dapat tercapai. Keharmonisan dan keefektifan suatu kelompok bisa saja ditentukan oleh pemimpin kelompoknya, dalam hal ini kredibilitas, sejauh mana ia kompeten mengelola suatu kelompok. Kemungkinan munculnya konflik dalam kelompok bisa saja terjadi, baik itu karena benturan kepentingan, ketidaksesuaian ide, atau pun salah paham, dan pemimpin harus mampu mengatasi konflik tersebut. Dalam hal ini, kredibilitas pemimpin menentukan sejauh mana kelompok tersebut akan harmonis dan efektif.

Menurut Homans, ada tiga hal yang tidak akan terpisah dari sebuah kelompok, yaitu interaksi, kegiatan, dan perasaan. Interaksi dapat disebut juga komunikasi antaranggota dalam kelompok, kegiatan adalah hal-hal yang berkaitan dengan tugas kelompok, sedangkan perasaan mencakup perasaan negatif maupun positif anggota kelompok. Ketiga elemen penting ini saling berkaitan, jika suatu peningkatan ataupun penurunan salah satu elemen ini saling berkaitan. (Yusuf, 1989:70).

Berdasarkan konsep yang telah disebutkan sebelumnya mengenai aktivitas, interaksi, dan sentimen (perasaan/emosi), semakin banyak dibagikan kepada individu atau anggota kelompok yang lain, maka anggota kelompok akan merasa terbuka, saling percaya satu sama lain. Hal ini tentu membuat anggota tetap tinggal dalam suatu kelompok karena telah menemukan kenyamanan yang membuat kelompok tersebut menjadi kohesif. Salah satunya terdapat dalam kelompok One Day One Juz (ODOJ).

Menurut Festinger dalam (Yusuf, 1989: 89), kohesi kelompok merupakan hasil menyeluruh dari kekuatan-kekuatan tindakan para anggota kelompok yang berbekas pada anggota kelompok tersebut. Definisi ini menyangkut pada daya tarik antarpribadi.

Kohesi kelompok merupakan salah satu bagian dimensi dari dinamika kelompok. Dinamika kelompok adalah analisa dari relasi-relasi kelompok sosial berdasarkan prinsip bahwa tingkah laku dalam kelompok itu adalah hasil dari interaksi yang dinamis antara individu-individu dalam situasi sosial. Sehingga dapat diartikan bahwa anggota dalam kelompok bisa saja berubah entah menjadi semakin dekat atau renggang.

Salah satu komunitas di Indonesia berlandaskan religiusitas Islam berupa tilawah (rutinitas membaca Al-Qur'an) yaitu komunitas One Day One Juz (ODOJ). ODOJ adalah program yang diinisiasi oleh para Alumni Rumah Qur'an untuk memfasilitasi dan mempermudah kita dalam tilawah Al-Qur'an dengan targetan 1 juz sehari. Dengan memanfaatkan *instant messenger*, tilawah satu juz sehari jadi lebih menyenangkan dan lebih termotivasi. (Onedayonejuz, 2017)

Dalam pelaksanaannya, ODOJer dibagi kedalam grup-grup yang terdiri dari 30 orang, berasal dari berbagai daerah di nusantara dengan latar belakang dan usia yang beragam. Selama di dalam kelompok, ODOJer dapat saling terbantu menyemangati rekan-rekannya, mengingatkan dalam kebaikan, sekaligus memperkuat tali silaturahmi. Grup ODOJ merupakan penghubung antara ODOJer dengan Komunitas ODOJ. Dalam satu kelompok, para ODOJer difasilitasi oleh seorang admin yang bertugas merekap, mengingatkan, dan memberikan informasi positif, baik itu seputar ODOJ, motivasi tilawah, atau kebaikan lainnya. Selain itu, masing-masing anggota juga dapat berinteraksi satu sama lain berupa menanyakan kabar anggota lain, aktivitas yang sedang dijalani, dan membicarakan topik lain diluar tilawah. Setiap anggota harus menyertorkan tilawah sesuai programnya kepada admin, karena admin akan melakukan perekapan setiap hari, maksimal pukul 22.00 atau sesuai dengan kesepakatan masing-masing grup/kelompok.

Adapun masalah yang peneliti temukan pada kelompok One Day One Juz yaitu tidak semua ODOJer melaporkan tilawahnya dalam satu hari. Bisa jadi anggota tersebut memang sudah dihubungi secara personal namun tetap tidak melapor, atau tidak memiliki akses data untuk melapor pada grup. Hal tersebut menjadi kendala bagi admin apabila yang belum melapor

cukup banyak. Selain itu, masih ada beberapa anggota yang melaporkan tilawahnya melewati batas yang sudah disepakati sebelumnya. Padahal itu sudah menjadi salah satu syarat untuk bergabung dalam komunitas ODOJ dan menjadi komitmen tersendiri bagi anggotanya. Maka dari itu, dalam suatu kelompok dibutuhkan seorang admin yang kredibel, mampu memotivasi, mengingatkan anggotanya, bahkan menarik anggotanya untuk tidak sekadar melaporkan hasil tilawahnya saja.

Selain karena sudah menjadi komitmen masing-masing anggota untuk menyelesaikan tilawah satu juz dalam sehari, admin pun akan melaporkan hasil tilawah anggota grup pada fasilitator (koordinator admin), yang mana selanjutnya fasilitator akan memberikan *reward* berupa nilai kinerja admin masing-masing grup. Maka dari itu, jumlah anggota yang menyelesaikan tilawah dalam sehari akan menentukan nilai kinerja yang diterima admin dalam bentuk rekapan.

Masalah lain yang peneliti temukan pada grup One Day One Juz 3525 ini yaitu keluarnya beberapa anggota yang sebelumnya sudah berkomitmen untuk menyelesaikan tilawah satu juz sehari tanpa alasan. Hal ini tentu menjadi tanda tanya bagi anggota kelompok serta admin pada grup tersebut, karena seharusnya anggota tidak bisa keluar grup begitu saja. Anggota yang keluar dari grup tersebut membuat grup yang bersangkutan menjadi tidak efektif karena jumlah anggota menjadi berkurang, dan tentu mempengaruhi penilaian kinerja admin oleh fasilitator.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi “*Seberapa besar pengaruh antara kredibilitas admin terhadap kohesivitas kelompok One Day One Juz (ODOJ) melalui media virtual?*”

Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk :

- Mengetahui seberapa besar pengaruh keterpercayaan admin terhadap kohesivitas kelompok One Day One Juz (ODOJ) melalui media virtual.
- Mengetahui seberapa besar pengaruh keahlian admin terhadap kohesivitas kelompok One Day One Juz (ODOJ) melalui media virtual.
- Mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik admin terhadap kohesivitas kelompok One Day One Juz (ODOJ) melalui media virtual.
- Mengetahui seberapa besar pengaruh keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik admin secara simultan terhadap kohesivitas kelompok One Day One Juz (ODOJ) melalui media virtual.

## METODE

Penelitian ini dirancang sebagai sebuah penelitian eksplanatif dengan metode kuantitatif dengan uji regresi berganda. Analisis regresi adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jika pengukuran pengaruh antara variabel melibatkan lebih dari satu variabel bebas maka dinamakan analisis regresi linier berganda. (Sunyoto, 2007:29). Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kredibilitas Komunikator terhadap kohesivitas kelompok. Dalam penelitian ini tidak ada variabel lain yang memiliki keterkaitan dengan variabel X atau Y, sehingga regresi linier tepat digunakan dalam penelitian ini.

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota kelompok One Day One Juz (ODOJ) yang tersebar di seluruh nusantara sebanyak 110.345 orang. Teknik sampling yang digunakan yaitu *stratified random sampling*. Teknik ini digunakan karena objek yang diteliti atau sumber data sangat luas. Populasi dikelompokkan terlebih dahulu berdasarkan jenis departemen masing-masing sesuai gendernya. Selanjutnya diambil sebagian anggota secara acak dengan komposisi proporsional/disproporsional hingga jumlah sampel tercukupi. Setelah melakukan teknik sampling, maka diketahui jumlah sampelnya yaitu sebanyak 100 orang.

Dalam analisis regresi linier berganda memiliki berbagai uji statistik, yaitu :

1. Uji Parsial (Uji t), dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.
2. Uji Simulan (Uji F), digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), digunakan untuk mengetahui perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Koefisien determinasi akan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil

Penelitian ini menggunakan Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Theory*) hasil dari penelitian Hovland, Janis, dan Kelley (Windahl, Signitzer & Olson, 1983) dalam

(Venus, 2009:57-82). Teori Kredibilitas Sumber dijadikan sebagai acuan penelitian ini. Asumsi dasar dari teori ini adalah menyatakan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dipersuasi jika sumber-sumber persuasinya cukup kredibel. Kita biasanya akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang yang memiliki kredibilitas di bidangnya.

Penelitian yang dilakukan Hovland, Janis dan Kelley ini menemukan tiga aspek yang memengaruhi kredibilitas sumber yakni keterpercayaan (*trustworthiness*), keahlian (*expertise*), dan daya tarik (*attractiveness*). Peneliti kemudian menambahkan faktor kedinamisan (*dynamism*), komposur, sosiabilitas, dan karisma sebagai pendukung kredibilitas.

Keterpercayaan (*trustworthiness*), berkaitan dengan penilaian khalayak bahwa sumber informasi dianggap tulus, jujur, bijak dan adil, objektif, memiliki integritas pribadi, serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Khalayak akan menilai apakah sumber dapat dipercaya atau apakah secara moral mereka dapat diandalkan. Penilaian yang dilakukan umumnya berpatokan pada perilaku sumber pada masa lalu dan dugaan khalayak tentang perilakunya pada saat sekarang. Dengan kata lain *track record* seseorang akan menjadi acuan apakah yang bersangkutan dianggap memiliki keterpercayaan atau tidak.

Keahlian (*expertise*), berhubungan dengan penilaian di mana sumber dianggap berpengetahuan, cerdas, berpengalaman, memiliki kewenangan tertentu dan menguasai *skill* yang bisa diandalkan. Untuk dikatakan ahli orang tidak perlu memiliki semua kualitas tersebut. Satu atau dua sifat saja umumnya dianggap sudah mencukupi. Jika khalayak memersepsi komunikator sebagai orang yang ahli maka mereka cenderung bersedia mendengarkan, mempelajari dan menerima isi pesan yang disampaikan. Sebaliknya bila komunikator dipandang tidak memiliki keahlian maka khalayak akan mengabaikan pesan tersebut.

Daya tarik sumber (*attractiveness*) termasuk variabel yang paling banyak dimanfaatkan oleh kalangan praktisi periklanan, kampanye politik dan *public relations* dalam mengefektifkan pesan-pesan yang mereka sampaikan. Secara umum konsep ini meliputi penampilan fisik dan identifikasi psikologis. Kita mengarahkan identifikasi psikologis sebagai daya tarik pada seseorang yang didasarkan pada kesamaan nilai atau karakteristik kepribadian lainnya. Pada konteks ini, daya tarik berbeda dengan karisma. Seseorang mungkin saja

menarik tetapi tidak karismatik. Seseorang juga bisa saja mempunyai karisma tetapi khalayak menemukan bahwa nilai-nilai orang tersebut sangat berbeda dan tidak menarik hati untuk melakukan identifikasi.

Collins dan Raven dalam (Rakhmat, 2008:162) mendefinisikan kohesi kelompok sebagai kekuatan yang mendorong anggota kelompok untuk tetap tinggal di dalam kelompok dan mencegahnya meninggalkan kelompok. Kohesi kelompok merupakan perasaan bersamasama dalam kelompok dan merupakan kekuatan yang memelihara dan menjaga anggota dalam kelompok. (Taylor, E., & Sears, 2009:109) mendefinisikan kohesi sebagai kekuatan (baik positif ataupun negatif) yang menyebabkan anggota menetap pada suatu kelompok. Kohesi bergantung pada tingkat ketertarikan individu yang dimiliki setiap anggota kelompok. Daya tarik antarpribadi merupakan kekuatan pokok yang positif. (Hartinah, 2009:72) mendefinisikan kohesi kelompok sebagai sejumlah faktor yang mempengaruhi anggota kelompok untuk tetap tinggal menjadi anggota kelompok.

Menurut McDavid dan Harari dalam (Rakhmat, 2008:162), kohesivitas suatu kelompok dapat diukur dari :

1. Ketertarikan anggota secara interpersonal pada satu sama lain

Ketertarikan anggota secara interpersonal pada satu sama lain adalah sejauh mana anggota tertarik satu sama lain di luar dari kedekatan mereka dalam kelompok. Mengacu pada definisi tersebut, maka ketertarikan anggota secara interpersonal pada satu sama lain dapat diukur melalui ketertarikan anggota untuk memberikan *reward* (bantuan, dorongan moral, pujian, atau hal-hal lain yang meningkatkan harga diri anggota kelompok), kedekatan antaranggota yang menciptakan rasa suka karena memiliki perasaan dekat dan familiar dengan anggota lainnya.

2. Ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok

Ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok adalah ketertarikan kelompok pada kegiatan-kegiatan kelompok dan tingkat kepuasan anggota kelompok atas kinerja kelompok dalam memenuhi motif anggota masuk ke dalam kelompok. Mengacu pada definisi tersebut maka ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok dapat diukur melalui ketertarikan anggota pada kegiatan berupa pada perencanaan program yang ditawarkan. Ketertarikan pada fungsi kelompok berupa ketertarikan anggota pada manfaat yang didapat ketika mengikuti kegiatan kelompok.

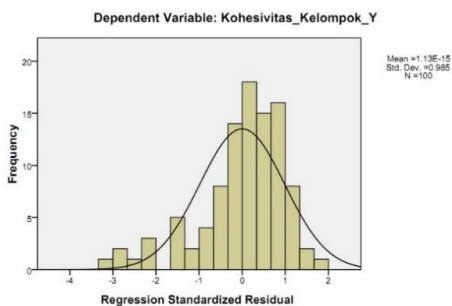
3. Ketertarikan anggota pada kelompok sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan personalnya

Ketertarikan anggota pada kelompok sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan personalnya adalah anggota tertarik pada kelompok karena kelompok menjadi sarana untuk mencapai kebutuhan personal anggotanya. Mengacu pada definisi tersebut maka ketertarikan anggota pada kelompok sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan personal dapat diukur melalui kebutuhan inklusi, kebutuhan kontrol, dan kebutuhan afeksi. Kebutuhan inklusi yakni kebutuhan akan hubungan yang memuaskan dirinya atau pun dengan anggota lain. Kebutuhan kontrol bervariasi, mulai dari kebutuhan untuk mendominasi anggota sampai kebutuhan untuk dikontrol sepenuhnya oleh anggota maupun oleh kelompok. Kebutuhan afeksi yakni kebutuhan akan hasrat untuk disukai atau dicintai oleh sesama anggota kelompok.

**2. Pembahasan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 20% berjenis kelamin laki-laki dan 80% berjenis kelamin perempuan. Responden berdasarkan usia terdiri dari 15-19 tahun sebesar 11%, 20-24 tahun sebesar 18%, 25-29 tahun sebesar 18%, 30-34 tahun sebesar 15%, 35-39 tahun sebesar 18%, dan >40 tahun sebesar 20%.

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah uji normalitas. Data sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal, yaitu data yang akan dianalisis dengan *statistic parametric* harus mengikuti distribusi normal. Data yang mengandung data esktrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Berikut gambar *histogram dependent variable* kohesivitas kelompok.

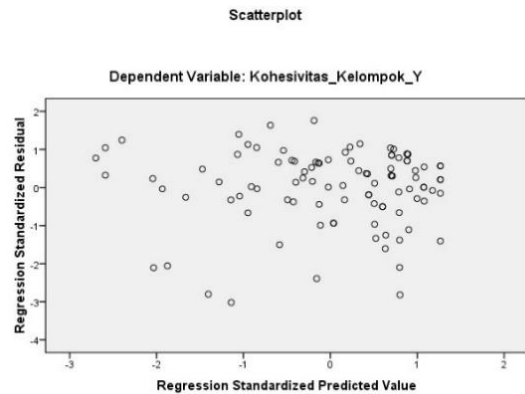


**Gambar 1 Histogram Dependent Variable Kohe-sivitas Kelompok**

Dapat dikatakan bahwa Gambar 1.1 memiliki model berdistribusi normal karna kurva

membentuk lonceng. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*.

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi menyebar. Residu pada hereroskedastisitas semakin besar apabila pegamatan semakin besar. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila penyebaran terhadap harga-harga prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu (meningkat atau menurun).



**Gambar 2 Grafik Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar di atas maka dapat dilihat bahwa tidak tampak adanya suatu pola tertentu pada sebaran data tersebut.

Multikolinieritas artinya terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi, yaitu terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti. Berdasarkan teori tersebut, maka dalam penelitian ini terdapat korelasi yang rendah antara variabel bebas dapat dijelaskan. Untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas dalam penelitian ini digunakan matriks korelasi.

Correlations					
		Keterperca- yan_X1	Keahlian_X2	Daya_Tarik_ X3	Kohesivitas kelompok_Y
Keterperca- yan_X1	Pearson Correlation	1	.677**	.485**	.547**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Keahlian_X2	Pearson Correlation	.677**	1	.597**	.557**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Daya_Tarik_ X3	Pearson Correlation	.485**	.597**	1	.530**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kohesivitas_ kelompok_Y	Pearson Correlation	.547**	.557**	.530**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Gambar 3 Matriks Korelasi Antarvariabel Bebas**

Berdasarkan gambar 1.3, menunjukkan bahwa korelasi antarvariabel bebas tidak terdapat nilai yang melebihi 0,80 (semua kurang dari 0,80), dengan demikian tidak terjadi multikolinieritas. Apabila korelasi antarvariabel bebas tidak terdapat nilai melebihi 0,80 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah auto korelasi dengan uji Durbin-Watson (DW), dengan ketentuan sebagai berikut.

- Terjadi auto korelasi positif jika DW di bawah -4 ( $DW < -4$ ) dan di atas +4 ( $DW > +2$ )
- Tidak terjadi autokorelasi jika DW berada di antara -4 dan +4 atau  $-4 < DW < +4$

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.641 <sup>a</sup>	.410	.392	5.575	2.200

a. Predictors: (Constant), Daya\_Tarik\_X3, Keterpercayaan\_X1, Keahlian\_X2

b. Dependent Variable: Kohesivitas\_Kelompok\_Y

Gambar 4 Matriks Auto Korelasi

Berdasarkan gambar di atas diperoleh bahwa nilai DW sebesar 2,200 berada di antara -4 dan +4, sehingga tidak terjadi autokorelasi, sehingga baik dan layak dipakai prediksi.

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan dan seberapa besar pengaruh kredibilitas admin terhadap kohesivitas kelompok dapat dilihat melalui nilai koefisien korelasi dan determinasi. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui perubahan variabel terikat, yaitu kohesivitas kelompok (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas, yaitu kepercayaan, keahlian, dan daya tarik (X). Pada prinsipnya, koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1,  $0 < R^2 < 1$ . Bila nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Hasil uji korelasi dan determinasi tersaji pada gambar berikut.

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.641 <sup>a</sup>	.410	.392	5.575	2.200

a. Predictors: (Constant), Daya\_Tarik\_X3, Keterpercayaan\_X1, Keahlian\_X2

b. Dependent Variable: Kohesivitas\_Kelompok\_Y

Gambar 5 Output Pengaruh Kredibilitas Admin Terhadap Kohesivitas Kelompok One Day One Juz (ODOJ)

Berdasarkan gambar di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi kredibilitas admin dengan kohesivitas kelompok One Day One Juz (ODOJ) sebesar 0,641. Nilai koefisien korelasi berganda tersebut menunjukkan korelasi yang kuat karena

berada di antara 0,60 – 0,799. Bila korelasi tersebut diinterpretasikan pada tabel korelasi maka hubungan antara kredibilitas admin dengan kohesivitas kelompok memiliki hubungan yang sangat kuat sesuai dengan klasifikasi koefisien korelasi. Hal ini berarti apabila kepercayaan, keahlian, dan daya tarik admin meningkat, maka kohesivitas kelompok pun meningkat, begitu pula sebaliknya.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kepercayaan, keahlian, dan daya tarik admin ODOJ dapat digunakan analisis Koefisien Determinasi (KD), yaitu :

$$\begin{aligned}
 KD &= R^2 \times 100\% \\
 KD &= (0,641)^2 \times 100\% \\
 &= 0,410 \times 100\% \\
 &= 41\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai koefisien determinasi adalah 0,410 atau 41%. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kredibilitas admin ODOJ memberikan kontribusi 41% terhadap kohesivitas kelompok. Kohesivitas kelompok 41% dipengaruhi oleh kepercayaan, keahlian, dan daya tarik admin kelompok One Day One Juz (ODOJ), sedangkan sisanya sebanyak 59% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Pengaruh kepercayaan, keahlian, dan daya tarik admin terhadap kohesivitas kelompok One Day One Juz (ODOJ) sebesar 41%.

Upaya untuk mengetahui kebermaknaan pengaruh dari variabel yang dihipotesiskan selanjutnya maka dilakukan pengujian hipotesis statistik dengan menggunakan uji F untuk pengaruh secara simultan. Dalam menguji apakah X1 (Kepercayaan), X2 (Keahlian), dan X3 (Daya Tarik) berpengaruh secara bersama-sama terhadap kohesivitas kelompok maka dilakukan uji statistik dengan hipotesis yang dinyatakan sebagai berikut.

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh X1 (Kepercayaan), X2 (Keahlian), dan X3 (Daya Tarik) secara simultan terhadap kohesivitas kelompok (Y)

$H_1$  = Terdapat pengaruh X1 (Kepercayaan), X2 (Keahlian), dan X3 (Daya Tarik) secara simultan terhadap kohesivitas kelompok (Y)

Dasar pengambilan keputusan uji F :

1. Jika nilai sig. < 0,1 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig. > 0,1 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2075.445	3	691.815	22.262	.000 <sup>a</sup>
	Residual	2983.305	96	31.076		
	Total	5058.750	99			

a. Predictors: (Constant), Daya\_Tarik\_X3, Keterpercayaan\_X1, Keahlian\_X2  
 b. Dependent Variable: Kohesivitas\_Kelompok\_Y

**Gambar 6 Matriks Uji F Kredibilitas Komunikator Terhadap Kohesivitas Kelompok**

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 22,262 sedangkan  $F_{tabel}$  dengan derajat kebebasan pada  $\alpha 0,1$  adalah sebesar 2,14. Dengan demikian  $F_{hitung} (22,262) > F_{tabel} (2,14)$  dengan nilai signifikansinya 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0,1. Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian, variabel keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik secara simultan berpengaruh terhadap kohesivitas kelompok.

**Tabulasi Uji Hipotesis Keseluruhan dan Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Teori**

Tabel di bawah ini merupakan keseluruhan dari hasil uji hipotesis yang dilakukan melalui uji statistik inferensial yakni menggunakan uji regresi linear berganda. Uji regresi yang dilakukan disesuaikan dengan keperluan seperti yang tercantum diidentifikasi masalah dan tujuan penelitian, yakni untuk mengetahui pengaruh keterpercayaan (X1) terhadap kohesivitas kelompok (Y), keahlian (X2) terhadap kohesivitas kelompok (Y), dan daya tarik (X3) terhadap kohesivitas kelompok (Y).

**Tabel 1.1 Tabulasi Hasil Uji Hipotesis Keseluruhan**

No	Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig Hitung	Sig Penelitian	Keputusan	Koefisien Determinasi
1	X1 dan Y	6,463	1,292	0,013	0,1	$H_0$ ditolak	30%
2	X2 dan Y	6,638	1,292	0,076	0,1	$H_0$ ditolak	31%
3	X3 dan Y	6,187	1,292	0,007	0,1	$H_0$ ditolak	28%

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa jika diuji secara parsial, uji yang digunakan untuk mengetahui apakah keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik berpengaruh secara signifikan terhadap kohesivitas kelompok. Data penelitian menunjukkan bahwa semua sub variabel X secara signifikan mempengaruhi kohesivitas kelompok. Keahlian (X2) merupakan aspek sub variabel yang secara signifikan paling mempengaruhi kohesivitas kelompok dengan  $t_{hitung}$  sebesar 6,638. Selanjutnya sub variabel kedua terbesar yang mempengaruhi secara signifikan dengan  $t_{hitung}$  sebesar 6,463 yaitu Keterpercayaan (X1). Aspek Daya Tarik (X3) merupakan aspek yang memiliki pengaruh secara signifikan paling kecil

dibanding keahlian dan keterpercayaan yang memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 6,187.

Uji simultan atau uji F adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yaitu keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu kohesivitas kelompok. Hasil uji regresi secara simultan /  $F_{hitung}$  sebesar 22,262 sedangkan  $F_{tabel}$  dengan derajat kebebasan pada  $\alpha 0,1$  adalah sebesar 2,14. Dengan demikian  $F_{hitung} (22,262) > F_{tabel} (2,14)$  dengan nilai signifikansinya 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0,1. Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian, variabel keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik secara simultan berpengaruh terhadap kohesivitas kelompok.

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan teori kredibilitas komunikator (*source credibility theory*) hasil penelitian Hovland, Janis, dan Kelley dimana aspek-aspek kredibilitas komunikator terdiri dari keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik. Aspek kredibilitas secara simultan berpengaruh sebesar 41% terhadap kohesivitas kelompok yakni ketertarikan anggota secara personal pada satu sama lain, ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok, dan ketertarikan anggota sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan personal. Koefisien determinasi hasil korelasi dikali dengan 100% digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik terhadap kohesivitas kelompok. Hasil data penelitian menunjukkan pengaruh keterpercayaan terhadap kohesivitas kelompok sebesar 30%, pengaruh keahlian terhadap kohesivitas kelompok sebesar 31%, dan pengaruh daya tarik terhadap kohesivitas kelompok sebesar 28%. Masing-masing berpengaruh sesuai dengan besarnya dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik.

Koehler, Annatol, dan Applbaum dalam (Rakhmat, 2008:257) menambahkan empat komponen kredibilitas, yakni dinamisme, sosiabilitas, koorientasi, dan karisma. Komunikator memiliki dinamisme, bila ia dipandang sebagai bergairah, aktif, tegas, dan berani. Sebaliknya, komunikator yang tidak dinamis dianggap pasif, ragu-ragu, lesu, dan lemah. Dinamisme umumnya berkenaan dengan cara komunikasi. Dalam komunikasi, dinamisme memperkokoh kesan keahlian dan kepercayaan. Sosiabilitas adalah kesan komunikasi tentang komunikator sebagai orang yang periang dan senang bergaul. Koorientasi merupakan kesan komunikasi tentang komunikator sebagai orang yang mewakili

kelompok yang kita senangi, yang mewakili nilai-nilai kita. Karisma digunakan untuk menunjukkan suatu sifat luar biasa yang dimiliki komunikator yang menarik dan mengendalikan komunikasi seperti magnet menarik benda-benda sekitarnya.

Faktor yang mempengaruhi kredibilitas komunikator (dalam hal ini admin), juga dipengaruhi oleh faktor psikologi dan sosiologis yang muncul pada masyarakat Indonesia, khususnya yang terdapat dalam komunitas One Day One Juz (ODOJ). Dari hasil observasi peneliti pada komunitas ini, para admin ODOJ pada umumnya merupakan orang-orang yang penguasaan mentalnya sudah baik dan memiliki umur yang matang. Selain itu, sebagian dari mereka memang merupakan orang-orang dari kalangan ahli agama, yang paham bagaimana Islam secara utuh, sehingga biasanya orang tersebut lebih mudah dipercaya. Kemudian, para admin ODOJ ini sudah lebih lama bergabung dengan komunitas ODOJ dibanding anggotanya.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian tentang Pengaruh Kredibilitas Komunikator Terhadap Kohesivitas Kelompok (Studi Eksplanatif Mengenai Pengaruh Kredibilitas Admin Terhadap Kohesivitas Kelompok One Day One Juz (ODOJ)), maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor keahlian pada aspek kredibilitas admin kelompok One Day One Juz (ODOJ) terhadap kohesivitas kelompok secara umum berpengaruh cukup signifikan. Faktor keahlian merupakan aspek yang secara signifikan paling mempengaruhi kohesivitas kelompok.
2. Faktor keterpercayaan pada aspek kredibilitas admin kelompok One Day One Juz (ODOJ) terhadap kohesivitas kelompok secara umum berpengaruh cukup signifikan. Faktor keterpercayaan merupakan aspek yang secara signifikan mempengaruhi kohesivitas kelompok setelah faktor keahlian.
3. Faktor daya tarik pada aspek kredibilitas admin kelompok One Day One Juz (ODOJ) terhadap kohesivitas kelompok secara umum berpengaruh cukup signifikan. Faktor daya tarik merupakan aspek yang secara signifikan mempengaruhi kohesivitas kelompok setelah faktor keahlian dan keterpercayaan.
4. Keterpercayaan (X1), Keahlian (X2), dan Daya Tarik (X3) pada aspek Kredibilitas

Komunikator berpengaruh secara simultan terhadap aspek Kohesivitas Kelompok (Y).

### DAFTAR PUSTAKA

- Canggara, H. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hartinah, S. (2009). *Konsep Dasar Bimbingan Kelompok*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Hovland, C. I. (2007). *Definisi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion; Psychological Studies of Opinion Change/Carl I. Hovland, Irving L. Janis, Harold H. Kelley*. New Haven: Yale University Press.
- Nitimihardjo, C., & Iskandar, J. (1993). *Dinamika Kelompok*. Bandung: Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial.
- Panuju, R. (2000). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, S. W. (2005). *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Fajar Interpratama.
- Singarimbun, M. (1995). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Siregar, S. (2011). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, K. (1993). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sunyoto, D. (2007). *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat Ringkasan dan Kasus*. Yogyakarta: Amara Books.
- Sunyoto, D. (2010). *Uji KHI Kuadrat dan Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Taylor, E., S., & Sears, L. A. (2009). *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Rosdakarya.
- Yusuf, Y. (1989). *Dinamika Kelompok : Kerangka Studi Dalam Perspektif Psikologi Sosial*. Bandung: Armico.
- Ali, H. (2015, February 7). *Generasi Millennial Indonesia: Tantangan dan Peluang Pemuda Indonesia*. Diambil kembali dari Hasanuddin Ali: <https://hasanuddinali.com/2015/02/07/generasi-millennial-indonesia-tantangan-dan-peluang-pemuda-indonesia/>
- Boy, P. (2018, January 19). *Membaca Arah Kesadaran Beragama*. Diambil kembali dari <https://geotimes.co.id/kolom/agama/membaca-arrah-kesadaran-beragama/>
- Khazanah. (2018, March 16). *Modal Literasi Berharga di Era Milenial, Ternyata ya Ngaji*. Diambil kembali dari Ngopibareng: <https://www.ngopibareng.id/timeline/modal-literasi-berharga-di-era-milenial-ternyata-ya-ngaji-2284725>
- Onedayonejuz. (2017, - -). *Beranda*. Diambil kembali dari 1 Day 1 Juz; Satu Hari Satu Juz, Sebulan Khatam Satu Qur'an: <http://onedayonejuz.org/page/detail/beranda>