



Kredibilitas sebagai Kontruksi Sosial Komunikasi dalam Mempengaruhi Komunikator pada Organisasi

Muhammad Azriel Ar Syahlaf Zalvi^{1*}, Zainal Abidin², Tri Susanto³

1,2,3) Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

*E-mail: azrielaaz1234@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh kredibilitas komunikator Ketua BEM FISIP UNSIKA 2023 terhadap kinerja pengurus. Kredibilitas komunikator diukur melalui keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik. Dengan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linear sederhana terhadap 58 pengurus BEM FISIP UNSIKA, hasil penelitian menunjukkan bahwa keterpercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja, sedangkan keahlian dan daya tarik tidak berdampak secara signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa kepemimpinan yang efektif dalam organisasi mahasiswa lebih ditentukan oleh kepercayaan pengurus terhadap pemimpinnya dibandingkan faktor lain. Rekomendasi bagi pemimpin organisasi mahasiswa adalah membangun keterpercayaan melalui komunikasi yang transparan, responsif, serta keterlibatan aktif dalam dinamika organisasi.

Kata Kunci: Kredibilitas komunikator, kinerja pengurus, keterpercayaan, kepemimpinan, organisasi mahasiswa.

Abstract

This study analyzes the effect of the communicator credibility of the Chairman of BEM FISIP UNSIKA 2023 on board performance. Communicator credibility is measured through expertise, trustworthiness, and attractiveness. Using a quantitative approach and simple linear regression analysis on 58 board members, the results indicate that trustworthiness significantly influences performance, while expertise and attractiveness do not have a significant impact. These findings emphasize that effective leadership in student organizations is primarily determined by the board's trust in its leader rather than other factors. The recommendation for student organization leaders is to build trust through transparent communication, responsiveness, and active engagement in organizational dynamics.

Keywords: Communicator credibility, board performance, trustworthiness, leadership, student organization.

Cara citasi: Zalvi, Muhammad Azriel Ar Syahlaf. Abidin, Zainal. Susanto, Tri. (2025). Kredibilitas sebagai Kontruksi Sosial Komunikasi dalam Mempengaruhi Komunikator pada Organisasi. *Jurnal Intervensi Sosial dan Pembangunan (JISP)* Vol 6 No 1 Maret 2025, 85-96.

DOI: <https://doi.org/10.30596/iisp.v6i1.21426>

Naskah diterima : 09-10-2024

Revisi akhir : 26-02-2025

Disetujui : 02-03-2025



PENDAHULUAN

Organisasi merupakan aspek penting dalam kehidupan sosial seperti contohnya yang diterapkan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Singaperbangsa Karawang (BEM FISIP UNSIKA), di mana manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup tanpa berorganisasi. Organisasi adalah kesatuan individu yang bekerja sama mencapai tujuan tertentu (Fithriyyah, 2021). Kepemimpinan dalam organisasi sangat penting, karena seorang pemimpin memengaruhi orang lain untuk mencapai tujuan organisasi (Hamdi & Zulkarnaen, 2021). Kepemimpinan dapat diartikan sebagai metode untuk memandu, memotivasi, dan mengelola kelompok. Kredibilitas pemimpin penting karena persepsi orang lain terhadap kualitas, kapabilitas, dan kejujuran pemimpin menentukan kepercayaan mereka (Kirana et al., 2025). Pemimpin yang kredibel membangkitkan kepercayaan dan memberikan contoh baik kepada kelompoknya (Nurdika, 2019).

Integritas, gaya kepemimpinan dan kredibilitas seorang pemimpin teruji melalui waktu dan diamati oleh masyarakat sekitarnya karena 3 (tiga) unsur tersebut sangat lah penting (Hidayat et al., 2023). Selain itu semua ada 1 (Satu) komponen yang menjadi pelengkap namun sangat kritis posisinya yakni kemampuan berkomunikasi dalam organisasi yang secara empirik berguna untuk menyatukan visi dan ide, memudahkan pencapaian tujuan bersama. Anggota organisasi adalah aset penting, karena merekalah yang menjalankan tujuan tersebut. Pemimpin harus dapat diandalkan, bebas dari manipulasi, dan membangun kepercayaan dengan bawahan mereka. Kinerja organisasi sangat dipengaruhi oleh kredibilitas pemimpin dan motivasi yang diberikan. Kinerja ini dinilai dari hasil yang dicapai organisasi dalam jangka waktu tertentu (Amelia & Ratnawili, 2023).

BEM FISIP UNSIKA merupakan organisasi mahasiswa (ORMAWA) tingkat fakultas. Dalam pelaksanaannya, BEM FISIP UNSIKA memiliki kewenangan yang di atur dalam aturan-aturan yang tertuai di dalam konstitusi ORMAWA FISIP UNSIKA. Secara garis besar, tugas BEM FISIP UNSIKA adalah menjadi organisasi yang mewadahi berbagai kepentingan mahasiswa FISIP UNSIKA, seperti memberikan wadah untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa yang berfokus dalam bidang akademik maupun non-akademik. Namun, utamanya BEM FISIP UNSIKA memiliki tugas untuk memberikan pengadvokasian yang berorientasi kepentingan mahasiswa FISIP UNSIKA (UNSIKA, BEM, 2023). BEM FISIP UNSIKA 2023 mengusung nama Kabinet

Sabilulungan dengan bagian-bagian yang di distribusikan sesuai dengan kebutuhan organisasi. Terdapat beberapa prestasi dan juga permasalahan yang terjadi selama kepengurusan BEM FISIP UNSIKA 2023 bejalan. Dalam berjalannya kepengurusan, BEM FISIP UNSIKA 2023 berhasil melaksanakan LDKM (Latihan dasar kepemimpinan) yang tidak terlaksana di tahun sebelum nya, kemudian BEM FISIP UNSIKA 2023 juga aktif berbicara dan bergerak dalam isu kemahasiswaan, sosial dan politik. BEM FISIP UNSIKA 2023 juga berhasil melaksanakan 26 dari 30 program kerja dalam rangka memfasilitasi dan mewadahi mahasiswa FISIP UNSIKA.

Penelitian ini mengkaji bagaimana kredibilitas pemimpin memengaruhi kinerja dalam organisasi mahasiswa BEM FISIP UNSIKA periode 2023. BEM FISIP UNSIKA 2023 memiliki beberapa prestasi dan tantangan, termasuk masalah dalam pelaksanaan program kerja dan kepuasan anggota. Evaluasi menunjukkan beberapa masalah dalam kepemimpinan, termasuk kurang komunikatif dan tidak dekat dengan anggota. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas ketua BEM terhadap kinerja pengurus BEM FISIP UNSIKA 2023.

Selain torehan prestasi, BEM FISIP UNSIKA 2023 juga memiliki beberapa catatan evaluasi, terjadi beberapa permasalahan selama kepengurusan. Seperti Dalam hal program kerja, kepengurusan dan kepuasan mahasiswa FISIP UNSIKA. Dalam hal program kerja, ada beberapa program kerja yang bermasalah dan menjadi catatan dari BLM FISIP UNSIKA secara pelaksanaan, waktu dan keuangan. terdapat 4 program kerja yang tidak terlaksana, 4 program kerja yang berjalan tidak sesuai timeline dan 2 program kerja yang minus keuangan, total ada 8 program kerja yang bermasalah dari total keseluruhan 28 program kerja BEM FISIP UNSIKA 2023. Selain itu, Terdapat permasalahan di dalam kepengurusan BEM FISIP UNSIKA 2023, terdapat 45 point evaluasi kepada kepengurusan dari seluruh struktur organisasi internal BEM FISIP UNSIKA 2023(UNSIKA, BEM, 2023). Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan adanya beberapa permasalahan kinerja BEM FISIP UNSIKA secara Lembaga maupun personalia kepengurusan. Ketua umum BEM FISIP UNSIKA 2023 sebagai penanggung jawab organisasi memiliki beberapa catatan evaluasi, diantaranya, kurang komunikatif, sulit dihubungi, kurang dekat dengan para pengurus dan kurang memiliki ketegasan.

Teori Kredibilitas Sumber yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley (1953) dalam (Fithriyyah, 2021) menekankan bahwa persuasi lebih efektif jika komunikator memiliki kredibilitas tinggi, sehingga keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada

tiga indikator utama dari kredibilitas, yaitu keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Keahlian atau expertise mencerminkan pemahaman komunikator terhadap topik yang disampaikan, sedangkan kepercayaan mengacu pada keyakinan audiens bahwa komunikator dapat menyampaikan informasi tanpa prasangka (Derajat et al., 2025). Sementara itu, daya tarik melibatkan kesamaan, keakraban, dan daya tarik fisik dalam interaksi menurut Perry (1981) dalam (Hamdi & Zulkarnaen, 2021). Kredibilitas merupakan persepsi komunikan tentang karakter komunikator, yang kemudian mempengaruhi efektivitas pesan yang disampaikan (Putriani et al., 2024). Menurut Aristoteles, kredibilitas dapat diperoleh melalui *etos* (karakter), *logos* (logika), dan *pathos* (emosi), sehingga persuasi menjadi lebih kuat jika komunikator memiliki ketiga elemen ini, dengan konten yang terstruktur baik dan penyampaian yang kuat (Ibrani et al., 2024).

Oleh karena itu, keberhasilan seorang komunikator dalam proses komunikasi sangat tergantung pada kredibilitasnya (Cicilia et al., 2023). Komunikator harus memiliki keterampilan untuk memengaruhi audiens dengan cara yang dapat diterima, serta menciptakan daya tarik emosional atau situasional yang kuat. Kredibilitas berperan penting dalam membangun kepercayaan dan menyelesaikan persoalan yang muncul dalam interaksi komunikasi.

Sehingga dengan mempertimbangkan teori-teori ini serta permasalahan yang ada, penelitian ini akan terbatas pada suatu tujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh dari keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik ketua BEM FISIP UNSIKA Tahun 2023 terhadap kinerja kepengurusannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif eksplanatori (Mujiburrahman & Raseuki, 2024), bertujuan untuk menguji pengaruh kredibilitas komunikator terhadap kinerja pengurus BEM FISIP UNSIKA 2023 (Tamarima et al., 2025). Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada subjek penelitian, yaitu 58 pengurus aktif BEM FISIP UNSIKA yang diambil sebagai populasi penelitian, sehingga tidak dilakukan penarikan sampel karena seluruh populasi dijadikan responden.

Desain penelitian yang digunakan adalah *cross-sectional* (Elita et al., 2024), di mana data dikumpulkan pada satu waktu tertentu untuk mengukur hubungan antara variabel kredibilitas komunikator (variabel independen) dan kinerja pengurus (variabel

dependen) dipadukan dengan studi pustaka menurut Pratama & Apriani (2023) untuk meningkatkan kredibilitas bahan penelitian.

Adapun variable variable yang di ukur adalah Variabel independen (X) kredibilitas komunikator Ketua BEM, yang diukur berdasarkan tiga sub-variabel, yaitu keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik dan Variabel dependen (Y) kinerja pengurus BEM FISIP UNSIKA, yang diukur berdasarkan kuantitas, kualitas, dan ketepatan waktu kinerja pengurus.

Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan skala Likert 5 poin (Siregar et al., 2024), yang disebarkan kepada seluruh pengurus BEM FISIP UNSIKA. Setiap sub-variabel kredibilitas komunikator diukur dengan beberapa item pertanyaan yang relevan, sementara kinerja diukur dari jawaban terkait tanggapan pengurus terhadap kinerja organisasi dan individu.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk menggambarkan distribusi responden dan variabel yang diukur (Cardoso & Prasajo, 2024). Untuk menguji hubungan dan pengaruh antar-variabel, digunakan analisis regresi linear sederhana. Uji normalitas dilakukan untuk memastikan data terdistribusi normal, sementara uji regresi parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan masing-masing sub-variabel terhadap kinerja. Model statistik dibantu oleh SPSS dan menggunakan regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk menguji pengaruh kredibilitas komunikator terhadap kinerja pengurus. Hipotesis diuji dengan melihat nilai signifikansi (*p-value*), di mana hipotesis diterima jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Sasongko et al., 2024). Dengan metode ini, diharapkan dapat diperoleh hasil yang jelas mengenai pengaruh kredibilitas komunikator Ketua BEM terhadap kinerja pengurus BEM FISIP UNSIKA 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini didasarkan oleh data responden yang seluruh nya adalah pengurus aktif BEM FISIP UNSIKA 2023 yang berjumlah 58 orang yang terdiri dari 38 Orang Perempuan dan 22 Orang Laki-laki beserta dengan rinciannya pada table 1. Lebih lanjut lagi peneliti menghasilkan beberapa data terkait analisis secara deksriptif dari Sub Variable (X1) yakni keahlian dan terdiri dari 4 komponen pertanyaan yang hasilnya di paparkan dengan ringkas pada table 2.

Table 1 Jumlah Respondens Penelitian dan Jabatannya

Jabatan Responden	Jumlah
Badan Pengurus Harian	5
Bidang Sosial dan Politik	5
Bidang Pengabdian Masyarakat	5
Bidang Kajian Strategis	5
Bidang Pengembangan Intelektual	5
Bidang MInat dan Bakat	5
Bidang Komunikasi dan Informasi	5
Bidang Media dan Desain	6
Bidang Public Relaaation	4
Bidang Ekonomi Kreatif	3
Bidang Ekonomi	6
Bidang Kreatif	4

Sumber: Hasil Pengumpulan Data (2024)

Table 2 Hasil Dominan Analisis Deskriptif Variable X1 (Keahlian)

Item	Frekuensi (Persentase)	Responden	Topik
Item 1	27 (46,6%)	Setuju	Punya Pengalaman dalam Memimpin
Item 2	34 (56%)	Setuju	Menguasai Bidang yang di Pimpin
Item 3	23 (39,7%)	Setuju	Kontrol Manajemen dengan Baik
Item 4	29 (50%)	Setuju	Hormat terhadap Pengurus

Sumber: Hasil Survey dari Responden, (2024)

Berdasarkan hasil survei, mayoritas responden memiliki pandangan positif terhadap pengalaman pemimpin mereka dalam memimpin organisasi. Dari 58 responden, 20,7% sangat setuju dan 46,6% setuju bahwa pemimpin memiliki pengalaman yang cukup, meski 31% ragu-ragu. Hanya 1,7% yang tidak setuju. Survei juga menunjukkan pandangan positif terhadap kemampuan pemimpin dalam mengatur tim, dengan 32,8% sangat setuju dan 39,7% setuju, sementara 27,6% ragu. Tidak ada yang tidak setuju. Mengenai perlakuan terhadap pengurus, 22,4% sangat setuju dan 50% setuju bahwa pemimpin memperlakukan pengurus dengan baik, meski 25,9% merasa ragu. Hanya 1,7% yang tidak setuju. Secara keseluruhan, meski mayoritas responden percaya pada kompetensi pemimpin mereka, masih ada sejumlah kecil yang memerlukan bukti konkret untuk meyakinkan mereka. Hal ini tidak selaras dengan Teori Kredibilitas Sumber yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley (1953) dalam (Fithriyyah, 2021) yang menekankan bahwa persuasi lebih efektif jika komunikator memiliki kredibilitas tinggi, sehingga keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada tiga indikator utama dari kredibilitas, yaitu keahlian, kepercayaan, dan daya tarik.

Selanjutnya, peneliti menghasilkan beberapa data kembali terkait analisis secara deksriptif dari Sub Variable (X2) yakni keterpercayaan dan terdiri dari 4 komponen pertanyaan yang hasilnya di paparkan dengan ringkas pada table 3.

Table 3 Hasil Dominan Analisis Deskriptif Variable X2 (Keterpercayaan)

Item	Frekuensi (Persentase)	Responden	Topik
Item 1	31 (53,4%)	Setuju	Berkomunikasi dengan Baik
Item 2	30 (51,7%)	Setuju	Mendengarkan & Menghargai Pendapat
Item 3	25 (43,1%)	Setuju	Memberikan Informasi Akurat
Item 4	22 (37,9%)	Setuju	Konsisten dan Bertanggung Jawab

Sumber: Hasil Survei dari Responden, (2024)

Berdasarkan survei, mayoritas responden menilai kemampuan komunikasi pemimpin secara positif. Dari 58 responden, 27,6% sangat setuju dan 53,4% setuju bahwa pemimpin memiliki keterampilan komunikasi yang baik. Dalam hal mendengarkan pendapat, 20,7% sangat setuju dan 51,7% setuju bahwa pemimpin terbuka terhadap masukan, meski 24,1% ragu. Hanya 1,7% tidak setuju dan 1,7% sangat tidak setuju. Mengenai pemberian informasi, 17,2% sangat setuju dan 43,1% setuju bahwa pemimpin memberikan informasi tepat, namun 37,9% merasa ragu. Dalam hal konsistensi dan tanggung jawab, 24,1% sangat setuju, 37,9% setuju, dan 32,8% ragu. Ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden percaya pada kemampuan pemimpin, ada kekhawatiran tentang kejelasan informasi serta konsistensi pemimpin yang perlu diperbaiki. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan sehingga selaras dengan Teori Kredibilitas Sumber yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley (1953) dalam (Fithriyyah, 2021) menekankan bahwa persuasi lebih efektif jika komunikator memiliki kredibilitas tinggi, sehingga keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada tiga indikator utama dari kredibilitas, yaitu keahlian, kepercayaan, dan daya tarik.

Selanjutnya, peneliti menghasilkan beberapa data kembali terkait analisis secara deskriptif dari Sub Variable (X3) yakni daya tarik dan terdiri dari 4 komponen pertanyaan yang hasilnya di paparkan dengan ringkas seperti yang tertera pada table 4.

Table 4. Hasil Dominan Analisis Deskriptif Variable X3 (Daya Tarik)

Item	Frekuensi (Persentase)	Responden	Topik
Item 1	26 (44,8%)	Setuju	Peduli terhadap keadaan pengurus
Item 2	23 (39,7%)	Setuju	Sering memberikan Motivasi
Item 3	29 (50%)	Setuju	Berwibawa
Item 4	28 (48,3%)	Setuju	Berpakaian Rapi dan Menarik
Item 5	28 (48,3%)	Setuju	Di Hormati dan Di Segani

Sumber: Hasil Survey dari Responden, (2024)

Mayoritas responden menilai pemimpin mereka secara positif dalam berbagai aspek daya tarik, termasuk kepedulian, pemberian motivasi, wibawa, penampilan fisik, dan sikap yang dihormati. Sebanyak 20,7% hingga 25,9% menyatakan sangat setuju, dan 39,7%

hingga 50% setuju dalam tiap item. Namun, masih terdapat keraguan di kalangan pengurus, dengan 32,8% hingga 34,5% responden merasa ragu di beberapa aspek, terutama terkait kepedulian dan pemberian motivasi. Hanya sebagian kecil yang tidak setuju atau sangat tidak setuju, menandakan bahwa meskipun ada apresiasi terhadap daya tarik pemimpin, masih ada ruang untuk peningkatan dalam menciptakan persepsi positif yang lebih konsisten di seluruh pengurus. Hasil ini menunjukkan tidak adanya pengaruh sehingga tidak terbutki lah Teori Kredibilitas Sumber yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley (1953) dalam (Fithriyyah, 2021) menekankan bahwa persuasi lebih efektif jika komunikator memiliki kredibilitas tinggi, sehingga keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada tiga indikator utama dari kredibilitas, yaitu keahlian, kepercayaan, dan daya tarik.

		Unstandardized Residual
N		58
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.34755141
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.098
	Negative	-.151
Test Statistic		.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 1 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Uji Normalitas di dapatkand berdasarkan output perhitungan uji normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov Test didapatkan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,02 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05, akan tetapi data terdistribusi normal.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1.	Regression	1631.942	3	543.981	18.022	.000 ^b
	Residual	1629.989	54	30.185		
	Total	3261.931	57			

ANOVA^a

Gambar 2 Regresi Linear Sederhana Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas, hasil nilai F hitung sebesar 18.022 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X (kredibilitas komunikator) terhadap variabel Y (kinerja pengurus).

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	7.840	5.020		1.562	.124
	TOTAL_X1	.329	.273	.132	1.204	.234
	TOTAL_X2	1.223	.480	.431	2.549	.014
	TOTAL_X3	.569	.414	.232	1.374	.175

Gambar 3 Uji Parsial (T)
Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan output tabel di atas, pada variabel X1 (Keahlian) didapatkan nilai t hitung 1,204 dan signifikansi = $0,234 > 0,05$. Maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti variabel keahlian tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Pada variabel X2 (keterpercayaan) didapatkan nilai hitung = 2,549 dan signifikansi = $0,14 < 0,05$. Maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel keterpercayaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Pada variabel X3 (Daya Tarik) didapatkan nilai hitung = 1,374 dan signifikansi $0,175 > 0,05$. Maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel Daya Tarik tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.473	5.494

Gambar 4 Koefisien Determinasi
Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan output tabel data di atas, didapatkan nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,707 dan diperoleh koefisien determinasi (R²) sebesar 0,500. Maka hasil itu menyatakan bahwa variabel X (kredibilitas komunikator) berpengaruh terhadap variabel Y (kinerja pengurus) sebesar 50% dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh kredibilitas komunikator Ketua BEM terhadap kinerja pengurus BEM FISIP UNSIKA 2023. Kredibilitas komunikator diukur melalui tiga dimensi utama, yaitu keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik. Berdasarkan hasil penelitian, keterpercayaan merupakan dimensi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pengurus. Artinya, pengurus cenderung bekerja lebih baik ketika mereka memiliki kepercayaan pada pemimpin mereka.

Penelitian ini menggunakan teori *source credibility* yang mengindikasikan bahwa persuasi akan lebih efektif jika sumber atau komunikator memiliki kredibilitas yang cukup tinggi. Semakin tinggi kredibilitas sumber atau komunikator, semakin besar kemungkinan untuk memengaruhi pandangan audiens atau komunikan. Terkadang, orang cenderung lebih percaya dan menerima dengan baik pesan yang disampaikan oleh individu yang memiliki kredibilitas di bidang tertentu. Teori ini merupakan konsep yang diusulkan oleh Hovland, Janis, dan Kelley dalam bukunya *Communication and Persuasion* yang diterbitkan pada tahun 1953.

Dimensi keahlian, yang mencakup pengetahuan dan pengalaman pemimpin, tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kinerja pengurus. Hal ini menandakan bahwa meskipun seorang pemimpin mungkin ahli dalam bidangnya, hal tersebut tidak cukup untuk meningkatkan kinerja jika kepercayaan tidak ada. Begitu pula, daya tarik pemimpin juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kinerja, meskipun dianggap dapat membantu membangun kredibilitas secara umum.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kredibilitas komunikator, terutama dari segi keterpercayaan, sangat penting dalam mempengaruhi kinerja organisasi. Pengurus BEM FISIP UNSIKA akan lebih responsif terhadap pemimpin yang mereka anggap dapat dipercaya, yang secara langsung meningkatkan efektivitas organisasi. Temuan ini mendukung teori kredibilitas yang menekankan pentingnya kepercayaan dalam hubungan komunikasi antara pemimpin dan bawahannya.

Sehingga dari penjelasan analisis deskriptif dari hasil penelitian dapat diketahui juga bahwa, hasilnya tidak selaras dengan teori kredibilitas sumber yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley (1953) dalam (Fithriyyah, 2021) yang menekankan bahwa persuasi lebih efektif jika komunikator memiliki kredibilitas tinggi, sehingga keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada tiga indikator utama dari kredibilitas, yaitu keahlian, kepercayaan, dan daya tarik secara simultan.

SIMPULAN

Kredibilitas komunikator melalui keahlian dan daya tarik pada organisasi BEM FISIP UNSIKA 2023 kurang berpengaruh terhadap kinerja pengurus BEM FISIP UNSIKA 2023 akan tetapi jika melalui keterpercayaan pada organisasi BEM FISIP UNSIKA 2023 berpengaruh signifikan terhadap kinerja pengurus BEM FISIP UNSIKA 2023. Dari sini kami bisa memberikan saran bagi kalangan akademisi bahwasannya diperlukan suatu penelitian yang memperhitungkan variable luar yang mungkin bisa di terawang karena dalam penelitian ini hasil pengaruh terdapat variable yang mempengaruhi kegagalan keahlian dan daya tarik untuk mempengaruhi kinerja pengurus menggunakan kredibilitas komunikator. Selain itu, secara praktis bagi para pemimpin yang memiliki relevansi dengan topik penelitian ini harus dapat mempelajari bahwasannya kredibilitas yang dimiliki atau yang akan dibangun tidak hanya terlihat dari citra saja, namun dari hasil kerja atau dapat dibilang secara obyektif maka dari itu untuk menjadi seorang pemimpin dibutuhkan kompetensi yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, K. R., & Ratnawili. (2023). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(1), 163–175. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i1.4441>
- Cardoso, J., & Prasojo, E. (2024). Pengaruh Kredibilitas Daya Tarik dan Kepercayaan terhadap Minat Pembelian Sunscreen Azarine di Kota Yogyakarta. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(1), 124–140. <https://doi.org/10.61476/24zv8d23>
- Cicilia, N. U., Karimah, K. El, & Mulyana, S. (2023). Peran Kredibilitas Duta Merek dalam Meningkatkan Efektivitas Iklan. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 75–83. <https://doi.org/10.62017/arima.v1i2.623>
- Derajat, S. P., Imelda, & Ayu, S. (2025). Eksplorasi Persepsi Generasi Z terhadap Kredibilitas dan Popularitas Influencer TikTok dalam Memengaruhi Pilihan Produk Fashion: Sebuah Literatur Review. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 2(2), 183–191. <https://doi.org/10.61722/jinu.v2i2.3618>
- Elita, F. M., Mirawati, I., & Chaidir, M. F. (2024). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador terhadap Minat Beli Cessa Natural Essential Oil Roll On. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(4), 117–126. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i4.350>
- Fithriyyah, M. U. (2021). *Dasar-Dasar Teori Organisasi*. iRdev Rian Institute for Research and Development. [https://repository.uin-suska.ac.id/59799/1/Dasar-Dasar Teori Organisasi.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/59799/1/Dasar-Dasar%20Teori%20Organisasi.pdf)
- Hamdi, N., & Zulkarnaen. (2021). ANALISIS EFEKTIVITAS GAYA KEPEMIMPINAN (Studi pada Kantor Camat Ampenan). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1507–1514. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i8.319>
- Hidayat, M., Pratiwi, W., & Sitanggang, T. (2023). Communication in Organizations. *KANGMAS: Scientific Work for Community Service*, 4(3), 113–116. <https://doi.org/10.37010/kangmas.v4i3.1342>
- Ibrani, B. A., Mirawati, I., & Sunarya, Y. D. R. (2024). Peran Kredibilitas Curvy Influencer dalam Meningkatkan Minat Beli Followers. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 6–13. <https://doi.org/10.62017/arima.v1i4.971>
- Kirana, A. S., Damayanti, A., Tumanggor, N. N., & Purnamasari, P. (2025). Pengaruh Kredibilitas Influencer, Kualitas Konten, dan Interaksi Sosial terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce TikTok. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3571>
- Mujiburrahman, & Raseuki, G. (2024). Kredibilitas Guru PAI di Masa Pandemi Covid-19: Studi di SMP Negeri 2 Bate Kabupaten Pidie. *Fathir: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 84–99. <https://doi.org/10.71153/fathir.v1i1.41>
- Nurdika, M. N. (2019). Menyiapkan Pemimpin Tingkat Strategis Yang Kredibel Guna Mewujudkan Indonesia Maju. *Jurnal Lemhannas RI*, 7(2), 13–19. <https://doi.org/10.55960/jlri.v7i2.68>
- Pratama, D. E., & Apriani, R. (2023). Analisis Perlindungan Hukum Konsumen bagi Penonton Bola dalam

- Tragedi di Staadion Kanjuruhan. *Supremasi Hukum*, 19(1), 1–15. <https://doi.org/10.33592/jsh.v19i1.2921>
- Putriani, F., Gistituati, N., Anisah, & Ermita. (2024). Persepsi Guru tentang Kredibilitas Kepala Sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) Se-Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 8986–8991. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.13755>
- Sasongko, A. T., Wiyatno, T. N., Prasetya, D. I., & Putra, A. S. (2024). Memperkuat Citra Profesional dan Identitas Digital untuk Meningkatkan Visibilitas dan Kredibilitas TK Kupu-Kupu Mungil. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(6), 371–377. <https://doi.org/10.59837/qx87qg54>
- Siregar, E., Pasaribu, M. D. S., Purba, N. A., & Damayanti, T. (2024). KESALAHAN BERBAHASA DALAM MEDIA SOSIAL DAN DAMPAKNYA TERHADAP KREDIBILITAS. *Argopuro: Jurnal Multidisiplin Ilmu Bahasa*, 2(2), 1–13. <https://doi.org/10.6734/argopuro.v2i2.2938>
- Tamarima, V., Slamet, S., & Putri, P. L. (2025). PENGARUH INFLUENCER VIRTUAL, KETERLIBATAN PELANGGAN, INTERAKSI PARASOSIAL, DAN KREDIBILITAS INFLUENCER PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z. *Postgraduate Management Journal*, 4(2), 136–150. <https://doi.org/10.36352/pmj.v4i2.941>