

PENGARUH KREDIBILITAS NARASUMBER BERITA POLITIK TERHADAP INTERNALISASI NILAI BERITA POLITIK PADA MASYARAKAT

Ida Wiendijarti

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta
Jl. Babarsari No 2. Tambakbayan, Telp. (0274) 485268

Abstract

They usage of various newscources for political news is sometimes confiousing, misleading and giving uncertainty to public. This conditions has resulted in the deman of the press to be more credible in representing news with political dimensions. To present to credible political news, it is nessesary to pay attentions on the selection of crediblenewscources in relation to obtain public trust. The problem statement in this research was to identity whether there was significant influence between the credibility of political newscources toward the internalization of political news value within the public.

The research shows positive and significant correlations between the credibility of political newscources toward the internalizations within public. Intelectual was the highers influenced newscources for political news, followed by beaurocrats and political elites as the latest.

Keywords : *newscources, political news, community*

Pendahuluan

Pers merupakan sumber informasi bagi masyarakat dewasa ini. Kehadiran media cetak memberikan beragam berita dan informasi serta didukung dengan kemajuan dan peningkatan kualitas penyajiannya. Media massa memproduksi berita dan informasi di tengah masyarakat memang dapat dipahami, mengingat salah satu kebutuhan manusia yang cukup penting dalam era sekarang ini adalah kebutuhan akan informasi bagi kelangsungan hidup manusia.

Berkaitan dengan produksi informasi, penting sekali untuk menyajikan informasi secara benar, aktual dan memenuhi kaidah-kaidah jurnalisme. Kepercayaan masyarakat terhadap pemberitaan media massa, sangat terkait dengan nilai-nilai yang terkandung dalam berita tersebut. Dalam hal ini selain peristiwa atau fakta yang terjadi, narasumber berita merupakan faktor penting bagi tersusunnya suatu informasi. Pemilihan dan penggunaan narasumber berita akan mampu mempertajam informasi yang disajikan oleh media.

Munculnya berita-berita politik yang disampaikan oleh berbagai narasumber, seringkali membingungkan bahkan cenderung memberikan ketidakpastian bagi masyarakat, misalnya berita-berita tentang pemilu, partai politik atau pertarungan antar elite politik. Kondisi ini tentunya sangat memperhatikan sehingga pers sekarang ini dituntut untuk lebih kredibel dalam menyajikan berita-berita berdimensi politik.

Untuk menyajikan berita politik yang terpercaya, maka harus dilakukan pemilihan narasumber yang dipandang memiliki kredibilitas. Kredibilitas di sini merupakan seperangkat persepsi masyarakat terhadap seseorang yang diyakini memiliki kemampuan, sehingga semakin dipercaya kemampuan orang tersebut di bidang politik oleh masyarakat maka kepercayaan masyarakat terhadap nilai berita politik tersebut semakin tinggi.

Narasumber berita politik pada pemberitaan, pada umumnya berasal dari saluran informasi rutin, laporan tangan pertama (laporan yang ditulis langsung oleh wartawan dengan

berhubungan pada narasumber, serta sumber berita informasi). Dalam tingkatan tertentu, pemakaian saluran informasi rutin (seperti birokrat, departemen, petugas hubungan masyarakat) diyakini cenderung untuk menyajikan berita-berita yang dianggap bias.

Pada tingkatan yang berbeda, ada pula yang memandang bahwa berita dari sumber saluran informasi rutin adalah baik, karena berasal dari individu atau instansi resmi. Hal ini diperkuat kenyataan aktual tentang adanya informasi dari sumber berita lain, yang justru menimbulkan polemik atau memeruncing dinamika politik tertentu (Prajiarto, 1996 : 43)

Namun persoalannya, masyarakat sudah mempunyai *frame* sedemikian rupa, sehingga narasumber berita politik yang berasal dari kalangan birokrat dianggap cenderung mengutamakan kepentingan penguasa. Dalam hal ini perlu kiranya pers nasional untuk membuat variasi tentang penggunaan narasumber berita politik sehingga masyarakat akan memiliki pembandingan terhadap berbagai terpaan informasi.

Melihat bahwa pemilihan narasumber dalam berita politik memiliki peran penting terhadap nilai berita yang disajikan, terutama berkaitan dengan tingkat penerimaan dan kepercayaan masyarakat atas informasi yang disampaikan dalam pemberitaan. Permasalahan yang muncul dan hendak dijawab dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh yang signifikan antara kredibilitas narasumber berita politik terhadap internalisasi nilai berita politik pada masyarakat.

Kajian Teoritis

Dalam bidang politik peranan dan fungsi media massa dianggap sangat penting. Media massa sebagai mediator informasi politik mampu mempengaruhi pembentukan struktur sosial maupun partisipasi masyarakat untuk menciptakan sistem politik yang lebih demokratis. Peranan ini menempatkan media massa, sebagai saluran komunikasi politik. Dalam studinya, Sanders dan Kid (dalam Malik, 1999:64) melakukan review atas beberapa penelitian komunikasi politik dan menyimpulkan bahwa : 1)Aspek politik dan media komunikasi massa memang cukup penting untuk dipahami karena secara faktual aspek-aspek

tersebut merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari media massa itu sendiri. Media massa sebagai kekuatan keempat diakui memiliki kemampuan untuk mempengaruhi khalayak. 2)Dalam konteks komunikasi politik, penelaahan yang terperinci mengenai potensi yang dimiliki media komunikasi massa (sebagai salah satu cerminan aspek politik yang melekat pada dirinya) perlu dilakukan 3)Kekuatan media menurut Gurevitch dan Blumber bersumber pada tiga hal yakni struktural, psikologis dan bersifat normatif (Malik, 1999:64). Salah satu akar pada psikologis dari kekuatan media bersumber pada hubungan kepercayaan (*credibility*) dan keyakinan yang diperoleh (dengan tingkat berbeda) oleh orang dari anggota khalayaknya masing-masing. Media massa memiliki instrumen teknologi yang independen, yang produknya dapat menjangkau ke tengah-tengah masyarakat dalam jumlah yang besar.

Teori Komunikasi Massa dan Komunikasi Politik

Hubungan tingkat pengetahuan informasi politik yang dimiliki khalayak tidak langsung menggerakkan seseorang untuk bertindak laku sesuai pengetahuan yang dimilikinya. Hal ini karena pengetahuan mengenai informasi politik, akan mempengaruhi sikap seseorang. Littlejohn mengemukakan teori Integrasi Informasi yang berfokus pada cara manusia mengakumulasi dan mengorganisasi informasi mengenai orang, obyek, situasi, atau ide untuk membentuk sikap terhadap suatu konsep.

Littlejohn juga mengemukakan suatu sikap biasanya diartikan sebagai suatu predisposisi untuk bertindak melalui cara positif atau negatif terhadap obyek sikap. Menurut teori ini suatu sistem sikap individu dipengaruhi oleh informasi yang diterima dan digabungkan ke dalam sistem informasi sikap.

Mekanisme selektivitas senantiasa terjadi, dimana saluran komunikasi yang tepat harus dipilih berdasarkan tujuan dari sumber komunikasi serta isi pesan yang akan disampaikan (Depari dan Andrew, 1978). Sebab dengan pemilihan saluran media masaa untuk menyebarluaskan pesan, maka banyak hal yang perlu diperhatikan di antaranya tujuan yang hendak dicapai dengan penyampaian pesan tadi serta efek yang diharapkan muncul. Hal

ini berarti media massa mempunyai fungsi mengenalkan, menyebarkan dan memindahkan sejumlah nilai-nilai pengetahuan, gagasan, sikap dan ketrampilan kepada sasaran komunikasi. Noelle-Newman (1973) menyatakan ada tiga faktor penting dalam media massa yang bekerja sama dalam membatasi persepsi yang selektif: 1). *Ubiquity*: media massa mampu menyajikan beragam informasi dan media massa saat ini senantiasa ada dalam kehidupan kita sehari-hari, sehingga sulit untuk dihindari. 2). pesan bersifat kumulatif: adanya keterbatasan dalam penyiaran secara langsung, menyebabkan pesan-pesan diakumulasi sehingga menjadi satu kesatuan setelah lewat waktu tertentu. Penyajian suatu informasi dapat didukung dengan informasi terdahulu yang masih memiliki keterkaitan dengan informasi tersebut. 3) keseragaman wartawan: ada kecenderungan informasi yang disampaikan oleh media massa memiliki kesamaan antara media yang satu sama dengan media yang lain, sehingga khalayak tidak memiliki alternatif lain dan hal ini dapat menyebabkan terbentuknya persepsi yang sesuai dengan yang disampaikan oleh media massa.

Penelitian dalam bidang komunikasi politik, khususnya 'Peranan media massa dalam sosialisasi politik', menunjukkan adanya korelasi antara terpaan media massa dengan sikap politik, pada pemimpin negara, sikap pada politisi erat berkaitan dengan terpaan informasi dari televisi, radio dan surat kabar (Rakhmat, 1999). Di samping terdapatnya optimisme tentang pengaruh kuat media massa terhadap aspek kognitif dan afektif, namun banyak pula penelitian yang membuktikan bahwa pengaruh tadi sebetulnya kecil sekali.

Penelitian terakhir membuktikan bahwa pengaruh media massa terjadi apabila terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Faktor-faktor yang mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa (Rakhmat, 1999) antara lain: 1) organisasi personal psikologis individu seperti potensi biologis, sikap, nilai, kepercayaan, serta pengalaman. 2) kelompok sosial dimana individu menjadi anggota, 3) hubungan interpersonal pada proses penerimaan, pengelolaan, dan penyampaian informal.

Internalisasi

Internalisasi terjadi apabila orang menerima pengaruh karena perilaku yang dianjurkan sesuai dengan nilai yang dimiliki (Rakhmat, 1999: 236). Seseorang akan menerima gagasan, pikiran atau anjuran dari orang lain, apabila gagasan, pemikiran, atau anjuran tersebut dianggap berguna untuk memecahkan masalah, penting dalam mengajukan arah, atau dituntut oleh sistem nilai yang dianut. Internalisasi terjadi apabila seseorang menerima anjuran dari orang lain dengan berdasarkan pada alasan yang rasional.

Dalam internalisasi nilai berita, masyarakat akan menerima informasi yang disajikan oleh pers, apabila informasi tersebut dianggap penting dan sesuai dengan nilai yang dianut. Hal ini tidak terlepas dari siapa yang ada di balik berita itu, yaitu narasumber berita yang turut menentukan keberhasilan media dalam menyajikan suatu realita. Narasumber berita yang dianggap memiliki keahlian dibidangnya serta dapat dipercaya, tentunya yang akan diterima oleh masyarakat pada umumnya.

Pelaporan peristiwa politik biasanya terkait dengan budaya politik yang melandasinya. Asumsi ini didasari oleh pandangan yang menyatakan bahwa budaya politik merupakan wujud orientasi psikokultural masyarakat terhadap politik (Syahrizal, 1997:58). Perubahan atau pergeseran orientasi menurut Nunung Prajarto (1998:134) dijabarkan mulai dari sifat pragmatik, rasional, bekerjasama secara individual, loyal dan dapat dipercaya.

Kredibilitas Narasumber

Kredibilitas narasumber adalah persepsi yang diberikan oleh masyarakat sehubungan dengan sifat-sifat yang melekat pada narasumber tersebut. Ada dua komponen yang paling penting dalam kredibilitas yaitu keahlian dan kepercayaan (Rakhmat, 1999:238). Keahlian merupakan kesan yang dibentuk masyarakat tentang kemampuan narasumber dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan, sedangkan kepercayaan merupakan kesan yang dibentuk masyarakat yang berkaitan dengan wataknya, seperti kejujuran, moralitas dan sebagainya.

Di samping itu ada empat komponen

kredibilitas menurut Koehler (dalam Rakhmat, 1999:239) yaitu : 1) dinamis: narasumber dipandang aktif, tegas dan berani dalam menyampaikan pendapatnya 2) sosiabilitas: narasumber dipandang dekat dengan masyarakat, 3) koorientasi : narasumber dipandang mewakili nilai-nilai yang dianut atau kelompok yang didukung. 4) karisma : menunjukkan suatu kelebihan pada diri narasumber yang menarik perhatian masyarakat

Narasumber Berita Politik

Dalam pelaporan peristiwa politik, pers Indonesia cenderung menetapkan target kalangan birokrat (*formal leader*) sebagai sumber berita. Tiften (1978 :163) dengan pesimis menyatakan bahwa ketergantungan pada informasi rutin semacam itu cenderung akan memunculkan bias. Berita-berita yang berasal dari birokrat sebagai narasumber akan menggiring pada pemahaman isi berita berperspektif kalangan birokrat pula. Hal ini akan membahayakan apabila berita tersebut kemudian disusun dengan memasukkan pertimbangan kepentingan kalangan internal birokrat.

Pengkategorian sumber berita banyak dilakukan dan muncul dalam beberapa bentuk. Apabila sebagian ahli komunikasi lebih sering mengkategorikan birokrat, teknokrat, intelektual dan awam, maka Tiften cenderung untuk menggunakan jenis sumber berita kedua dan ketiga dalam upaya menghindari campur tangan pihak eksternal pada saat penyusunan suatu berita.

Tiga jenis sumber berita yang dikemukakan Tiften bisa jadi telah mencakup semua sumber berita yang digunakan oleh suatu institusi media. Berdasarkan kategori-kategori pemilihan kegunaan narasumber berita politik oleh pers, peneliti ingin melihat narasumber yang dianggap oleh masyarakat memiliki kredibilitas tinggi. Hal ini penting, karena sasaran informasi media adalah masyarakat, sehingga institusi media perlu mempertimbangkan persepsi masyarakat terhadap narasumber berita dalam menyajikan informasi.

Hipotesis : (1) Terdapat hubungan positif antara kredibilitas narasumber berita politik dengan internalisasi nilai berita politik pada masyarakat, (2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara kredibilitas narasumber berita politik dengan internalisasi nilai berita politik pada

masyarakat.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah survey eksplanatory, bertujuan untuk mencari berbagai hubungan dan pengaruh variabel yang timbul di masyarakat untuk dijadikan objek penelitian.

Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah : (1) Variabel Bebas: kredibilitas narasumber berita politik adalah persepsi yang diberikan oleh masyarakat sehubungan dengan sifat-sifat yang melekat pada narasumber tersebut (Rakhmat, 1999:238), yang meliputi : (a) keahlian, merupakan kesan yang dibentuk masyarakat tentang kemampuan narasumber dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan, (b) kepercayaan, merupakan kesan yang dibentuk masyarakat berkaitan dengan wataknya, seperti kejujuran, moralitas, (c) dinamis, narasumber dipandang aktif, tegas dan berani dalam menyampaikan pendapatnya, (d) sosiabilitas, narasumber dipandang dekat dengan masyarakat, (e) koorientasi, narasumber dipandang mewakili nilai-nilai yang dianut atau kelompok yang didukung, (f) karisma, menunjukkan suatu kelebihan pada diri narasumber yang menarik perhatian masyarakat; (2). Variabel Terikat : internalisasi nilai berita politik Merupakan penerimaan berita politik karena informasi yang disampaikan sesuai dengan nilai yang dimiliki (Rakhmat, 1999:236), hal ini tidak terlepas dari indikator respons yang berupa perhatian, pengertian dan penerimaan.

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat pembaca SKH Kompas yang tinggal di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini ditetapkan secara purposif untuk memenuhi kriteria tertentu, seperti keberagaman pendidikan, pekerjaan, sehingga diharapkan dapat mempresentasikan dan memberikan satu gambaran yang menyeluruh. Alasan peneliti mengambil sampel secara purposif, yaitu (1) penelitian tentang nilai berita, tidak bisa dilakukan secara random, karena perlu dipilih responden yang merupakan pembaca setia media khususnya SKH Kompas, (2) keberagaman dijadikan sasaran penelitian karena, dengan adanya keberagaman dari sisi pendidikan dan sosial

ekonomi, diharapkan mampu mewakili golongan masyarakat pada terutama terhadap berbagai informasi yang berkaitan dengan persoalan politik.

Teknik statistik yang digunakan dalam uji hipotesis pada penelitian ini adalah: (a) analisis korelasi *product moment*, (b) analisis regresi. Analisis korelasi *product moment* digunakan untuk mencari hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung (Hadi, 1995). Pada penelitian ini, selain menggunakan teknik korelasi *product moment* untuk menguji hipotesis pertama maupun hipotesis kedua, sehingga dapat diketahui hubungan antara kredibilitas narasumber berita politik (X1) dengan internalisasi nilai berita politik (Y). Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hipotesis kedua sehingga dapat diketahui pengaruh antara kredibilitas narasumber (X1) dengan internalisasi nilai berita politik (Y).

Pembahasan

Subjek penelitian adalah masyarakat umum yang berusia di atas 20 tahun dan tinggal di Yogyakarta, sejumlah 500 orang. subjek yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 271 orang dan subjek perempuan sejumlah 229 orang., sehingga subjek dalam penelitian ini lebih banyak yang berjenis kelamin laki-laki

Responden dalam penelitian ini banyak yang berlatar belakang bekerja sebagai pegawai negeri yaitu sebanyak 46,6 %, pegawai atau karyawan swasta sebanyak 34,2 %, bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 12,6 % dan lain-lain seperti bekerja sebagai aktivis Lembaga swadaya Masyarakat, masih berstatus mahasiswa sebanyak 4,6 %.

Internalisasi nilai berita politik pada masyarakat

Angket internalisasi nilai berita politik, peneliti menggunakan model skala Likert yang disusun berdasarkan penilaian masyarakat/khalayak atas berbagai pernyataan yang mendukung (*favorable*) yang meliputi ketiga aspek internalisasi yaitu ketertarikan, pemahaman, pengadopsian, rasionalitas dan penerimaan terhadap narasumber berita politik. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa internalisasi nilai berita politik pada masyarakat berada pada

skor yang tinggi yaitu sebesar 50 %.

Hal ini juga didukung dengan hasil rerata observasi dalam penelitian ini sebesar 63, angka tersebut lebih tinggi dari rerata hipotetik sebesar 60, sehingga dapat disimpulkan bahwa skor internalisasi nilai berita politik pada masyarakat pada keseluruhan subjek penelitian dapat dikategorikan tinggi.

Kredibilitas narasumber berita politik

Untuk mengumpulkan data tentang Terpaan Media terhadap perubahan sikap, digunakan angket yang mengacu pada indikator kredibilitas. Angket ini disusun peneliti dengan menggunakan model skala Likert yang disusun berdasarkan enam aspek yang mendukung anggapan bahwa kredibilitas narasumber dalam berita politik dari keahlian, kepercayaan, dinamis, sosiabilitas, koorientasi, dan karisma. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik berada pada skor yang sedang yaitu sebesar 52 %.

Hal ini juga didukung dengan hasil rerata observasi pada penelitian ini adalah sebesar 99,5, angka tersebut lebih tinggi dari rerata hipotetik sebesar 96, sehingga dapat disimpulkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik pada keseluruhan subjek penelitian dapat dikategorikan tinggi.

Kredibilitas narasumber birokrat

Angket kredibilitas narasumber kalangan birokrat terdiri dari 8 butir pernyataan yang mengungkap mengenai kredibilitas narasumber birokrat dalam pemberitaan politik dilihat dari keahlian, kepercayaan, dinamis, sosiabilitas, koorientasi, dan karisma. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik dari kalangan birokrat memiliki berada pada skor sedang, tinggi dan sangat tinggi sebesar 87 %, dan 13 % berada pada skor yang rendah.

Rerata observasi sebesar 26,5, lebih tinggi dari rerata hipotetik yang sebesar 24, sehingga dapat disimpulkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik dari kalangan birokrat pada keseluruhan subjek penelitian dapat dikategorikan tinggi. Hal ini terlihat dari prosentase

terbesar dalam distribusi frekuensi yaitu sebesar 52,2 % berada dalam kategori tingkat kredibilitas tinggi, dan sedang sebanyak 29,2 %.

Kredibilitas narasumber intelektual

Angket kredibilitas narasumber kalangan Intelektual terdiri dari 8 butir pernyataan yang mengungkap mengenai kredibilitas narasumber intelektual dalam pemberitaan politik dilihat dari keahlian, kepercayaan, dinamis, sosiabilitas, koorientasi, dan karisma. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik dari kalangan intelektual memiliki berada pada skor sedang, tinggi dan sangat tinggi sebesar 92,6 % , dan 7,4 % berada pada skor yang rendah .

Rerata observasi sebesar 28 lebih tinggi dari rerata hipotetik yang sebesar 24, sehingga dapat disimpulkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik dari kalangan intelektual pada keseluruhan subjek penelitian dapat dikategorikan tinggi. Di mana prosentase terbesar berada di kategori tinggi yaitu sebesar 41,8 % dan kategori sedang sebesar 33,2 %.

Kredibilitas narasumber masyarakat

Angket kredibilitas narasumber kalangan masyarakat terdiri dari 8 butir pernyataan yang mengungkap mengenai kredibilitas narasumber masyarakat dalam pemberitaan politik dilihat dari keahlian, kepercayaan, dinamis, sosiabilitas, koorientasi, dan karisma. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik dari kalangan masyarakat memiliki berada pada skor sedang, tinggi dan sangat tinggi sebesar 83,6 % , dan 17,4 % . Berada pada skor yang rendah.

Rerata observasi sebesar 28 lebih tinggi dari rerata hipotetik yang sebesar 24, sehingga dapat disimpulkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik dari kalangan masyarakat pada keseluruhan subjek penelitian dapat dikategorikan tinggi. Dalam distribusi frekuensi dapat dilihat prosentase terbesar ada pada kategori sedang yaitu sebesar 56,6 % , kategori tinggi sebesar 20,4 % dan kategori rendah sebesar 17,4 %.

Kredibilitas narasumber tokoh politik

Angket kredibilitas narasumber kalangan tokoh politik terdiri dari 8 butir pernyataan yang mengungkap mengenai kredibilitas narasumber tokoh politik dalam pemberitaan politik dilihat dari keahlian, kepercayaan, dinamis, sosiabilitas, koorientasi, dan karisma. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik dari kalangan tokoh politik memiliki rerata observasi sebesar 23 lebih rendah dari rerata hipotetik yang sebesar 24, sehingga dapat disimpulkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik dari kalangan tokoh politik pada keseluruhan subjek penelitian dapat dikategorikan rendah. Meskipun dalam distribusi terlihat prosentase terbesar berada dalam kategori tinggi yaitu sebesar 44,6, namun kategori sedang juga memiliki prosentase sebanding yaitu sebesar 41,8 % , sehingga rata-rata tingkat kredibilitas tokoh politik ini masih berada di bawah rata-rata hipotetik.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier diketahui bahwa koefisien determinasi untuk kredibilitas narasumber berita politik secara keseluruhan hanya memiliki pengaruh kecil terhadap internalisasi nilai berita pada masyarakat yaitu sebesar 0,052 Hal ini berarti bahwa besarnya variasi dalam internalisasi nilai berita (Y) yang dapat dijelaskan berdasarkan variasi kredibilitas narasumber berita politik adalah sebesar 5,2 % . Hal ini berarti bahwa terdapat 94,8 % variasi lain di luar kredibilitas narasumber berita politik yang mempengaruhi internalisasi nilai berita politik pada masyarakat, yang belum terungkap dalam penelitian ini.

Namun apabila dilihat dari jenis narasumber berita politik, nampaknya terlihat bahwa yang memiliki kredibilitas tinggi adalah dari kalangan intelektual dan yang paling rendah kredibilitasnya adalah kalangan tokoh politik. Hal ini ternyata juga berkorelasi positif dengan internalisasi nilai berita pada masyarakat, terbukti bahwa ada perbedaan antara pengaruh kredibilitas narasumber berita politik dari masing-masing jenis narasumber yaitu kalangan birokrat, intelektual, masyarakat dan tokoh politik. Pengaruh terbesar dalam mempengaruhi penerimaan berita politik adalah narasumber dari kalangan intelektual yaitu

sebesar 45,1 %, kemudian kalangan birokrat sebesar 37,3 %, narasumber dari kalangan masyarakat sebesar 31 % sedangkan yang paling kecil pengaruhnya dalam internalisasi nilai berita politik di masyarakat adalah naarsumber dari kalangan tokoh politik yaitu sebesar 22,8 %. Namun apabila dikorelasikan secara bersama-sama pengaruhnya sangat kecil sekali.

Dalam penelitian ini, terbukti bahwa perubahan internalisasi nilai berita politik hubungan yang positif dengan kredibilitas narasumber berita politik yang diperoleh berkaitan dengan beragam pemberitaan politik di SKH Kompas. Penerimaan masyarakat terhadap nilai berita politik tergantung pada siapa yang menjadi narasumber berita politik, karena ternyata dilihat dari keahlian, kepercayaan, dinamika, sosiabilitas, koorientasi dan karisma dari masing-masing narasumber. Hal ini sejalan dengan penerimaan nilai-nilai suatu berita tidak terlepas dari unsur-unsur adanya ketertarikan terhadap siapa yang menyampaikan dan apa yang disampaikan oleh Hovland (Azwar, 1998) bahwa pesan-pesan komunikasi yang disampaikan baik melalui lisan ataupun media mampu mengubah sikap dan perilaku orang lain tergantung pada sejauh mana pesan-pesan komunikasi tersebut diperhatikan, dipahami dan diterima.

Seperti dikatakan oleh Katz dkk (1974) bahwa studi tentang audiens yang bersifat keperikelakuan dan fungsionalis memusatkan perhatian pada sumber kebutuhan sosial dan psikologis yang menimbulkan harapan terhadap media massa dan sumber informasi lainnya. Penerimaan masyarakat terhadap nilai-nilai berita politik terkait dengan kebutuhan masyarakat akan hal-hal yang berkaitan dengan ketertarikan, pengetahuan, logika dan penerimaan atas apa yang disampaikan oleh narasumber terkait dengan permasalahan politik yang terjadi, sehingga adanya perbedaan jenis narasumber juga mempengaruhi tingkat kepercayaan dan penerimaan masyarakat terhadap apa yang disampaikan. Aktivitas membaca surat kabar untuk memperoleh informasi mengenai berbagai permasalahan politik merupakan salah satu cara masyarakat memenuhi kebutuhannya dalam berinteraksi dengan orang lain. Setiap persoalan politik seringkali menjadi bahan pembicaraan yang menarik, sehingga

seringkali masyarakat menggunakan pendapat para narasumber di media untuk mengemukakan pendapatnya, dan kalangan intelektual dianggap narasumber yang cukup kompeten untuk diadopsi pendapatnya, karena mereka dipandang lebih ahli, dan objektif dalam menyampaikan pendapatnya.

Hal ini terkait bahwa internalisasi terjadi apabila orang menerima pengaruh karena perilaku yang dianjurkan sesuai dengan nilai yang dimiliki (Rakhmat, 1999: 236). Demikian halnya dalam pemberitaan tentang persoalan politik, seseorang akan menerima gagasan, pikiran atau anjuran dari orang lain, apabila gagasan, pemikiran, atau anjuran tersebut dianggap berguna untuk memecahkan masalah, penting dalam mengajukan arah, atau dituntut oleh sistem nilai yang dianut. Internalisasi terjadi apabila seseorang menerima anjuran dari orang lain dengan berdasarkan pada alasan yang rasional.

Dalam internalisasi nilai berita politik, masyarakat akan menerima informasi yang disajikan oleh pers, apabila informasi tersebut dianggap penting dan sesuai dengan nilai yang dianut. Hal ini tidak terlepas dari siapa yang ada dibalik berita itu, yaitu narasumber berita yang turut menentukan keberhasilan media dalam menyajikan suatu relaita. Narasumber berita yang dianggap memiliki keahlian dibidangnya serta dapat dipercaya, tentunya yang akan diterima oleh masyarakat pada umumnya.

Pelaporan peristiwa politik biasanya terkait dengan budaya politik yang melandasinya. Asumsi ini didasari oleh pandangan yang menyatakan bahwa budaya politik merupakan wujud orientasi psikokultural masyarakat terhadap politik (Syahrizal, 1997:58). Perubahan atau pergeseran orientasi menurut Nunung Prajarto (1998:134) dijabarkan mulai dari sifat pragmatik, rasional, bekerjasama secara individual, loyal dan dapat dipercaya. Beragamnya narasumber yang menyajikan pendapatnya pada persoalan yang serupa, akan mampu menciptakan opini baru daripada merubah opini yang sudah ada (Hiebert, 1991).

Dalam pelaporan peristiwa politik, pers Indonesia cenderung menetapkan target kalangan birokrat (*formal leader*) sebagai sumber berita. Tiften (1978 :163) dengan pesimis menyatakan

bahwa ketergantungan pada informasi rutin semacam itu cenderung akan memunculkan bias. Berita-berita yang berasal dari birokrat sebagai narasumber akan menggiring pada pemahaman isi berita berperspektif kalangan birokrat pula. Hal ini akan membahayakan apabila berita tersebut kemudian disusun dengan memasukkan pertimbangan kepentingan kalangan internal birokrat.

Pengkategorian sumber berita banyak dilakukan dan muncul dalam beberapa bentuk. Apabila sebagian ahli komunikasi lebih sering mengkategorikan birokrat, teknokrat, intelektual dan awam, maka Tiften cenderung untuk menggunakan jenis sumber berita kedua dan ketiga dalam upaya menghindari campur tangan pihak eksternal pada saat penyusunan suatu berita.

Tiga jenis sumber berita yang dikemukakan Tiften bisa jadi telah mencakup semua sumber berita yang digunakan oleh suatu institusi media. Berdasarkan kategori-kategori pemilihan kegunaan narasumber berita politik oleh pers, peneliti ingin melihat narasumber yang dianggap oleh masyarakat memiliki kredibilitas tinggi. Hal ini penting, karena sasaran informasi media adalah masyarakat, sehingga institusi media perlu mempertimbangkan persepsi masyarakat terhadap narasumber berita dalam menyajikan informasi.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, ternyata kredibilitas narasumber berita dari kalangan tokoh politik masuk dalam kategori rendah, rerata observasi sebesar 23 lebih rendah dari rerata hipotetik yang sebesar 24, sehingga dapat disimpulkan bahwa skor kredibilitas narasumber berita politik dari kalangan tokoh politik pada keseluruhan subjek penelitian dapat dikategorikan rendah. Meskipun dalam distribusi terlihat prosentase terbesar berada dalam kategori tinggi yaitu sebesar 44,6, namun kategori sedang juga memiliki prosentase sebanding yaitu sebesar 41,8 %, sehingga rata-rata tingkat kredibilitas tokoh politik ini masih berada di bawah rata-rata hipotetik. Hal ini bisa jadi pertimbangan kalangan redaksi untuk mempertimbangkan pemilihan narasumber berita politik, sehingga diharapkan narasumber yang dipilih merupakan narasumber yang kredibel di mata masyarakat

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, dapat ditarik simpulan, bahwa ada korelasi positif dan sangat signifikan antara kredibilitas narasumber berita politik terhadap internalisasi nilai berita politik. Hasil analisis juga menunjukkan koefisien korelasi narasumber birokrat dengan internalisasi nilai berita dengan r sebesar 0,611. Sedangkan untuk koefisien korelasi narasumber intelektual dengan internalisasi nilai berita dengan r sebesar 0,672. Untuk koefisien korelasi narasumber masyarakat dengan internalisasi nilai berita dengan r sebesar 0,557. Dan untuk koefisien korelasi narasumber tokoh politik dengan internalisasi nilai berita dengan r sebesar 0,477.

Ada perbedaan antara pengaruh kredibilitas narasumber berita politik dari masing-masing jenis narasumber yaitu kalangan birokrat, intelektual, masyarakat dan tokoh politik. Pengaruh terbesar dalam mempengaruhi penerimaan berita politik adalah narasumber dari kalangan intelektual yaitu sebesar 45,1 %, kemudian kalangan birokrat sebesar 37,3 %, selanjutnya narasumber dari kalangan masyarakat sebesar 31 % sedangkan yang paling kecil pengaruhnya dalam internalisasi nilai berita politik di masyarakat adalah narasumber dari kalangan tokoh politik yaitu sebesar 22,8 %.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, A., 1999, *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Allport, G.W., 1961, *Personality A Psychological Interpretation*. New York : Henry Holt & Co..
- _____, 1998, *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta : Bittner, J.R.
1986. *Mass Communication : An Introduction*, New Jersey : Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Brehm, S.S., and Kassir, S.M., 1993, *Social Psychology*. Second Edition. New Jersey : Prentice Hall
- Bringham, J.C., 1991, *Social Psychology*. New York : Harper Collins Publishers.
- Depari, E. and Andrew, C.M., 1978, *Peranan Komunikasi Massa Dalam*

- Pembangunan*. Yogyakarta : Gadjah Mada Univ..
- DeVito, J.A., 1995, *The Interpersonal Communication Book*. New York : Harper Collins College Publishers.
- Effendi, O.U., 1984, *Televisi : Siaran, Teori dan Praktek*. Bandung : Penerbit Alumni.
- Gerungan, W.A., 1996, *Psikologi Sosial*. Bandung : PT. Eresco.
- Kuswandi, W., 1996, *Komunikasi Massa*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Liliweri, A., 1991, *Komunikasi Antar Pribadi*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Mar'at, 1981, *Sikap Manusia Serta Pengukurannya*. Jakarta : Ghalia Ind..
- McQuail, D. 1989. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta : Erlangga.
- Middlebrook, P.N.. 1974. *Social Psychology and Modern Life*. New York : Alfred A. Anopf, Inc..
- Rakhmat, J., 1999, *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, W.S., 1986, *Pengantar Umum Psikologi*, Jakarta : Bulan Bintang.
- Sears, D.O.; Freedman, J.L. and Peplau A.L. 1994. *Psikologi Sosial edisi Kelima jilid 1* (terjemahan). Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Sendjaja, D.S., 1993, *Pengantar Komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Soemirat, Soleh; Satari, Hidayat; Suryana, Asep, 1999, *Komunikasi Persuasif*, Jakarta : Universitas Terbuka