

PENGARUH KREDIBILITAS KOMUNIKATOR TERHADAP PERILAKU PENGAMALAN NILAI-NILAI ASWAJA AN-NAHDLIYAH: STUDI PADA PELATIHAN MAKESTA IPNU-IPPNU KABUPATEN BEKASI 2025

Cintania Putri¹, Fajar Hariyanto², Nurkinan³

^{1, 2, 3}Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. HS. Ronggo Waluyo, Karawang, Jawa Barat, Indonesia
Email: cintaniaputri6@gmail.com

Article History

Received: 01-06-2026

Revision: 23-06-2026

Accepted: 27-06-2026

Published: 30-06-2026

Abstract. This study aims to analyze the influence of communicator credibility including expertise, trustworthiness, and attractiveness on the behavior of practicing Ahlussunnah wal Jama'ah An-Nahdliyah (Aswaja) values among participants of the IPNU-IPPNU Member Loyalty Period (MAKESTA) training in Bekasi Regency. This study uses an explanatory quantitative approach with a survey method, data were collected from the entire population of 63 members who had participated in MAKESTA in 2025 through a Likert scale questionnaire 1–4 that had been tested for validity and reliability. Data analysis was carried out using simple linear regression and partial t-test. The results showed that communicator expertise had no significant effect ($t = 1.101$; $p = 0.275$), while trustworthiness ($t = 3.585$; $p = 0.000$) and communicator attractiveness ($t = 3.682$; $p = 0.001$) had a significant effect on the behavior of practicing Aswaja values. Simultaneously, these three dimensions were able to explain 76.6% of the variance in practice behavior ($R^2 = 0.766$). This finding strengthens the theory of source credibility by revealing that in the context of religious values education, the affective dimension (trustworthiness and attractiveness) is more dominant than the cognitive dimension (expertise). The implication is that the selection and development of material for religious organization cadres needs to prioritize aspects of personal integrity and communicator attractiveness.

Keywords: Communicator Credibility; Expertise; Trustworthiness; Attractiveness; Aswaja An-Nahdliyah; MAKESTA; NU Cadre Development

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kredibilitas komunikator yang meliputi keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik terhadap perilaku pengamalan nilai-nilai *Ahlussunnah wal Jama'ah An-Nahdliyah* (Aswaja) pada peserta pelatihan Masa Kesetiaan Anggota (MAKESTA) IPNU-IPPNU di Kabupaten Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei, data dikumpulkan dari seluruh populasi sebanyak 63 anggota yang telah mengikuti MAKESTA tahun 2025 melalui kuesioner skala Likert 1–4 yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan dengan regresi linear sederhana dan uji t parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keahlian komunikator tidak berpengaruh signifikan ($t = 1,101$; $p = 0,275$), sedangkan keterpercayaan ($t = 3,585$; $p = 0,000$) dan daya tarik komunikator ($t = 3,682$; $p = 0,001$) berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja. Secara simultan, ketiga dimensi tersebut mampu menjelaskan 76,6% variansi perilaku pengamalan ($R^2 = 0,766$). Temuan ini memperkuat teori kredibilitas sumber dengan mengungkap bahwa dalam konteks pendidikan nilai keagamaan, dimensi afektif (keterpercayaan dan daya tarik) lebih dominan dibandingkan dimensi kognitif (keahlian). Implikasinya, seleksi dan pembinaan penerusi dalam kaderisasi organisasi keagamaan perlu memprioritaskan aspek integritas personal dan daya tarik komunikator

Kata Kunci: Kredibilitas Komunikator; Keahlian; Keterpercayaan; Daya Tarik; Aswaja An-Nahdliyah; MAKESTA; Kaderisasi NU

How to Cite: Putri, C., Hariyanto, F., & Nurkinan. (2026). Pengaruh Kredibilitas Komunikator Terhadap Perilaku Pengamalan Nilai-Nilai Aswaja An-Nahdliyah: Studi Pada Pelatihan Makesta IPNU-IPPNU Kabupaten Bekasi 2025. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (3), 3313-3324. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i3.6323>

PENDAHULUAN

Komunikasi telah lama dipahami sebagai instrumen kunci dalam proses pendidikan dan pengembangan agama karena berperan dalam mentransmisikan nilai, norma, dan keyakinan yang membentuk sikap serta perilaku individu. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi dalam pendidikan berbasis nilai tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator. Komunikator yang memiliki keahlian, integritas moral, serta konsistensi antara ucapan dan tindakan terbukti lebih mampu membangun kepercayaan audiens, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan diinternalisasi secara mendalam (Hidayat & Mulkhan, 2024). Dalam konteks keagamaan, kredibilitas komunikator menjadi faktor yang semakin krusial karena pesan yang disampaikan berkaitan langsung dengan pembentukan sikap dan perilaku religius. Penelitian empiris di Indonesia menunjukkan bahwa figur keagamaan atau pendidik yang dipersepsikan memiliki kompetensi keilmuan, akhlak yang baik, dan keteladanan perilaku cenderung lebih efektif dalam memengaruhi sikap keberagamaan peserta didik (Wahyudi et al., 2024). Kepercayaan terhadap komunikator berfungsi sebagai fondasi utama dalam proses internalisasi nilai-nilai agama, sehingga ajaran yang disampaikan tidak berhenti pada tataran kognitif, tetapi terimplementasi dalam perilaku religius yang berkelanjutan.

Kajian lain juga mengungkapkan bahwa internalisasi nilai-nilai agama di kalangan generasi muda masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa penelitian mencatat adanya kesenjangan antara pemahaman nilai keagamaan yang diperoleh melalui forum pendidikan atau pelatihan dengan praktik keberagamaan dalam kehidupan sehari-hari (Hidayat & Mulkhan, 2024). Tantangan tersebut semakin kompleks di era digital, ketika generasi muda dihadapkan pada beragam narasi keagamaan yang tidak selalu sejalan dengan nilai keislaman moderat dan tradisi Ahlul Sunnah wal Jama'ah (NU Online, 2024). Dalam konteks organisasi keagamaan, Nahdlatul Ulama menjadikan kaderisasi sebagai sarana strategis untuk menjaga kesinambungan ideologi dan nilai Aswaja An-Nahdliyah. Masa Kesetiaan Anggota (MAKESTA) yang diselenggarakan oleh IPNU dan IPPNU merupakan bentuk kaderisasi dasar yang bertujuan menanamkan pemahaman ideologis dan sikap keagamaan moderat kepada kader muda (PB IPNU, 2023; PB IPPNU, 2023). Namun demikian, sebagian besar penelitian tentang kaderisasi NU masih menitikberatkan pada aspek struktural, kurikulum, dan materi kaderisasi, sementara faktor komunikasi dalam proses internalisasi nilai, khususnya kredibilitas komunikator, belum banyak dikaji secara empiris.

Berdasarkan sintesis temuan penelitian terdahulu tersebut, dapat diidentifikasi adanya celah penelitian terkait peran kredibilitas komunikator dalam kaderisasi keagamaan, khususnya pada konteks MAKESTA. Hingga saat ini, belum ditemukan kajian yang secara spesifik menganalisis pengaruh dimensi kredibilitas komunikator yang meliputi keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik terhadap perilaku pengamalan nilai-nilai Aswaja An-Nahdliyah pada kader muda IPNU-IPPNU di tingkat daerah, termasuk di Kabupaten Bekasi. *Novelty* penelitian ini terletak pada pengintegrasian teori kredibilitas komunikator dengan praktik kaderisasi MAKESTA untuk menjelaskan perilaku pengamalan nilai Aswaja secara empiris. Sejalan dengan *research gap* tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik komunikator terhadap perilaku pengamalan nilai-nilai Aswaja An-Nahdliyah pada peserta MAKESTA IPNU-IPPNU di Kabupaten Bekasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian komunikasi keagamaan serta kontribusi praktis bagi penguatan strategi kaderisasi NU di tingkat akar rumput.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih untuk mengukur hubungan antar variabel secara numerik dan menguji hipotesis menggunakan teknik statistik. Survei dilakukan dengan instrumen kuesioner yang disebarkan kepada seluruh anggota populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota IPNU-IPPNU Kabupaten Bekasi yang telah mengikuti pelatihan MAKESTA tahun 2025, berjumlah 63 orang (30 anggota IPNU dan 33 anggota IPPNU) yang tersebar di 23 kecamatan. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil dan homogen, penelitian ini menggunakan teknik total sampling (sampel jenuh), sehingga seluruh populasi dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2019).

Tabel 1. Variabel dan Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Jumlah Item	Skala
Kredibilitas Komunikator (X)	Keahlian (X1)	6	Likert 1–4
	Keterpercayaan (X2)	5	Likert 1–4
	Daya Tarik (X3)	9	Likert 1–4
Perilaku Pengamalan Aswaja (Y)	—	8	Likert 1–4

Kuesioner menggunakan skala Likert 1–4 (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju). Uji validitas menggunakan korelasi Product Moment dengan r tabel = 0,361 ($\alpha = 5\%$; $N = 63$). Hasil uji validitas menunjukkan 2 item tidak valid (X2 item 3; Y item 4) dan dikeluarkan dari analisis. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha

menghasilkan nilai 0,947 untuk variabel X dan 0,793 untuk variabel Y, sehingga kedua variabel dinyatakan reliabel ($> 0,60$). Analisis data dilakukan secara bertahap meliputi: (1) analisis deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan distribusi tanggapan responden; (2) uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas (Glesjer); (3) analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh; (4) uji t parsial untuk menguji hipotesis masing-masing dimensi; serta (5) uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 63 responden yang seluruhnya merupakan anggota IPNU-IPPNU Kabupaten Bekasi peserta MAKESTA 2025. Tabel 2 menyajikan distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	30	47,6%
Perempuan	33	52,4%
Total	63	100%

Responden didominasi oleh perempuan (52,4%) yang merupakan anggota IPPNU, sementara responden laki-laki dari IPNU berjumlah 30 orang (47,6%). Tabel 3 menyajikan distribusi responden berdasarkan asal kecamatan.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Asal Kecamatan

Kecamatan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Tambun Selatan	8	12,7%
Cibitung	6	9,5%
Cikarang Barat	6	9,5%
Cikarang Pusat	4	6,3%
Cikarang Selatan	4	6,3%
Lainnya (18 kecamatan)	35	55,7%
Total	63	100%

Responden berasal dari 23 kecamatan di Kabupaten Bekasi. Proporsi terbesar berasal dari Kecamatan Tambun Selatan (12,7%), diikuti Cibitung dan Cikarang Barat (masing-masing 9,5%). Keberagaman asal kecamatan menunjukkan jangkauan MAKESTA yang merata di seluruh wilayah Kabupaten Bekasi.

Deskripsi Tanggapan Responden

Tabel 4 menyajikan ringkasan tanggapan responden terhadap seluruh variabel penelitian berdasarkan persentase responden yang menjawab Setuju dan Sangat Setuju.

Tabel 4. Ringkasan Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian

Dimensi	Persentase (Setuju dan Sangat Setuju)	Kategori
Keahlian (X1)	92,1% – 100%	Sangat Tinggi
Keterpercayaan (X2)	98,4% – 100%	Sangat Tinggi
Daya Tarik (X3)	98,4% – 100%	Sangat Tinggi
Pengamalan Nilai Aswaja (Y)	96,8% – 100%	Sangat Tinggi

Data menunjukkan bahwa seluruh dimensi kredibilitas komunikator dan perilaku pengamalan nilai Aswaja mendapat penilaian sangat tinggi dari responden. Pada dimensi keahlian, sebanyak 92,1% responden menyatakan sangat setuju bahwa pemateri mampu menjelaskan materi Aswaja dengan jelas, dan 84,1% menyatakan pemateri menyampaikan materi dengan penuh percaya diri. Pada dimensi keterpercayaan, 84,1% responden menyatakan bahwa perilaku pemateri mencerminkan etika dan akhlak yang baik. Adapun pada dimensi daya tarik, 87,3% responden menyatakan pemateri bersikap ramah kepada seluruh peserta.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($> 0,05$), sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi Linearity sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan Deviation from Linearity sebesar 0,248 ($> 0,05$), yang berarti hubungan antarvariabel bersifat linier. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 ($X1 = 0,383$; $X2 = 0,667$; $X3 = 0,278$), sehingga model tidak mengandung masalah heteroskedastisitas. Seluruh uji asumsi klasik terpenuhi, sehingga analisis regresi dapat dilanjutkan.

Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan regresi berikut:

$$Y = -7,329 + 0,380X$$

Nilai konstanta sebesar $-7,329$ menunjukkan nilai dasar variabel dependen saat variabel independen bernilai nol. Nilai koefisien regresi sebesar 0,380 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kredibilitas komunikator akan meningkatkan perilaku pengamalan nilai Aswaja sebesar 0,380 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Arah

koefisien yang positif mengonfirmasi adanya pengaruh positif kredibilitas komunikator terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah.

Uji Hipotesis (Uji t Parsial)

Tabel 5 menyajikan hasil uji t parsial untuk ketiga dimensi kredibilitas komunikator terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah.

Tabel 5. Hasil Uji t Parsial

Variabel	β	t hitung	Sig.	Keterangan
Keahlian Komunikator (X1)	0,101	1,101	0,275	Tidak Signifikan
Keterpercayaan Komunikator (X2)	0,454	3,585	0,000***	Signifikan
Daya Tarik Komunikator (X3)	0,399	3,682	0,001**	Signifikan

Catatan: ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Berdasarkan hasil uji parsial yang disajikan pada Tabel 5, variabel keahlian komunikator (X1) menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,101 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,275. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga secara statistik keahlian komunikator tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah. Temuan ini mengindikasikan bahwa penguasaan materi atau kompetensi teknis komunikator dalam konteks MAKESTA belum secara langsung mendorong perubahan perilaku pengamalan nilai keagamaan peserta. Berbeda dengan variabel keahlian komunikator, hasil pengujian terhadap variabel keterpercayaan komunikator (X2) pada Tabel 5 menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,585 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut berada di bawah batas signifikansi 0,05, yang berarti keterpercayaan komunikator berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah. Hasil ini menegaskan bahwa persepsi peserta terhadap integritas, kejujuran, dan konsistensi perilaku komunikator memiliki peran penting dalam mendorong internalisasi dan pengamalan nilai-nilai ideologis Aswaja.

Variabel daya tarik komunikator (X3) juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah. Sebagaimana tercantum dalam Tabel 5, variabel ini memiliki nilai t hitung sebesar 3,682 dengan tingkat signifikansi 0,001. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa daya tarik komunikator, baik dari aspek penampilan, gaya penyampaian, maupun kedekatan emosional dengan peserta, berkontribusi secara nyata dalam membentuk perilaku pengamalan nilai keagamaan.

Koefisien Determinasi (R^2)**Tabel 6.** Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
0,875	0,766	0,754	1,079

Nilai R Square sebesar 0,766 menunjukkan bahwa dimensi keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik komunikator secara bersama-sama mampu menjelaskan 76,6% variansi perilaku pengamalan nilai-nilai Aswaja An-Nahdliyah. Sisanya sebesar 23,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti faktor lingkungan sosial, motivasi internal, atau paparan media digital

DISKUSI**Pengaruh Keahlian Komunikator terhadap Perilaku Pengamalan Nilai Aswaja**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keahlian komunikator tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah ($t = 1,101$; $p = 0,275$). Temuan ini tampak bertentangan dengan asumsi dasar teori source credibility Hovland et al. (1953) yang menempatkan keahlian sebagai pilar utama kredibilitas. Namun demikian, terdapat beberapa penjelasan yang dapat melatarbelakangi temuan ini.

Pertama, fenomena efek ceiling kemungkinan terjadi pada data penelitian ini. Mayoritas responden (92,1%) sudah memberikan penilaian tertinggi terhadap keahlian pemateri, sehingga variasi yang rendah antar responden mengakibatkan keahlian tidak mampu menjadi prediktor yang signifikan dalam model regresi. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun keahlian tetap relevan, dalam konteks sampel yang homogen, dimensi ini tidak cukup membedakan tingkat perilaku pengamalan nilai. Kedua, dalam konteks pendidikan nilai keagamaan, keteladanan moral lebih menentukan daripada penguasaan materi semata. Wahyudi et al. (2024) menegaskan bahwa dalam proses pembinaan agama, karakter komunikator lebih dominan daripada kompetensi teknisnya. Ketika peserta sudah mempersepsikan pemateri sebagai figur yang kompeten, variabel yang lebih berpengaruh terhadap perilaku justru adalah dimensi yang berkaitan dengan karakter dan kedekatan interpersonal. Temuan ini sejalan dengan konsep moral credibility dalam komunikasi keagamaan, di mana keteladanan etis lebih berpengaruh daripada otoritas intelektual semata (Uyun et al., 2024).

Pengaruh Keterpercayaan Komunikator terhadap Perilaku Pengamalan Nilai Aswaja

Keterpercayaan komunikator terbukti sebagai dimensi yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah ($\beta = 0,454$; $p = 0,000$). Temuan ini mengonfirmasi teori source credibility bahwa trustworthiness merupakan elemen kunci dalam proses persuasi dan pembentukan perilaku. Komunikator yang dinilai jujur, konsisten, dan mampu menjadi teladan memiliki pengaruh yang jauh lebih kuat terhadap internalisasi nilai. Dalam konteks MAKESTA, aspek keterpercayaan tercermin dari penilaian responden bahwa pemateri menyampaikan informasi yang dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan (81% sangat setuju), perilaku pemateri mencerminkan etika dan akhlak yang baik (84,1% sangat setuju), serta pemateri menjadi teladan yang baik selama kegiatan (77,8% sangat setuju). Ketiga indikator ini mencerminkan dimensi moral credibility yang menjadi fondasi kepercayaan audiens terhadap komunikator keagamaan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Karimah et al. (2024) yang menemukan bahwa kepercayaan (trustworthiness) merupakan komponen kredibilitas yang paling berpengaruh terhadap kohesivitas kelompok keagamaan. Demikian pula, penelitian Nada et al. (2025) menegaskan bahwa aspek keterpercayaan menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap kinerja dalam konteks komunikasi organisasi. Temuan lintas konteks ini memperkuat posisi keterpercayaan sebagai dimensi sentral dalam teori source credibility, khususnya pada komunikasi yang bermuatan nilai dan ideologi.

Secara teoretis, dominannya keterpercayaan dalam konteks kaderisasi NU dapat dijelaskan melalui konsep kewenangan moral (moral authority). Dalam tradisi pesantren dan organisasi keagamaan NU, figur pemateri atau instruktur tidak hanya dinilai dari penguasaan keilmuannya, tetapi lebih dari itu dari integritas moral dan keteladanannya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan pedoman kaderisasi IPNU-IPPNU yang menegaskan bahwa pemateri MAKESTA berfungsi sebagai representasi nilai-nilai Aswaja An-Nahdliyah (PB IPNU, 2023; PB IPPNU, 2023).

Pengaruh Daya Tarik Komunikator terhadap Perilaku Pengamalan Nilai Aswaja

Daya tarik komunikator juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah ($\beta = 0,399$; $p = 0,001$). Dimensi ini mencakup sikap sopan (84,1% sangat setuju), keramahan (87,3% sangat setuju), kemampuan menciptakan suasana yang nyaman dan akrab (79,4% sangat setuju), serta penampilan yang rapi dan sesuai identitas organisasi. Keseluruhan aspek ini membentuk kedekatan afektif antara pemateri dan peserta yang memfasilitasi penerimaan pesan. Hovland et al. (1953) dan Perry (1981)

menjelaskan bahwa daya tarik komunikator memengaruhi persuasi melalui mekanisme identifikasi—audiens cenderung mengadopsi nilai dan perilaku dari komunikator yang mereka sukai dan anggap dekat. Dalam konteks pelatihan kader muda seperti MAKESTA, komunikator yang ramah dan mudah bergaul mampu menciptakan ruang psikologis yang aman bagi peserta untuk menerima dan menginternalisasi nilai-nilai yang disampaikan.

Temuan ini memperkuat argumen bahwa dalam komunikasi persuasif berbasis nilai—khususnya dengan audiens generasi muda—aspek relasional dan emosional (*pathos*) memiliki peran yang tidak kalah penting dibandingkan aspek logis dan intelektual (*logos*). Aristoteles dalam teori retorikanya telah mengemukakan bahwa efektivitas persuasi ditentukan secara simultan oleh *etos* (karakter), *logos* (argumen), dan *pathos* (emosi). Dimensi daya tarik komunikator dalam penelitian ini merepresentasikan *pathos* yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku keagamaan peserta.

Implikasi Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan teori source credibility dalam konteks komunikasi keagamaan dan kaderisasi organisasi. Temuan bahwa keahlian tidak berpengaruh signifikan, sementara keterpercayaan dan daya tarik sangat dominan, mengindikasikan perlunya reinterpretasi teori dalam setting pendidikan nilai. Dalam konteks ini, dimensi keahlian perlu dipahami lebih luas—tidak hanya sebagai penguasaan materi kognitif, tetapi sebagai keteladanan intelektual yang menyatu dengan karakter moral komunikator. Temuan ini juga memperkuat argumentasi bahwa dalam komunikasi yang bermuatan ideologi dan nilai, komponen afektif dari kredibilitas (keterpercayaan dan daya tarik) lebih determinan daripada komponen kognitif (keahlian teknis) dalam membentuk perilaku audiens. Hal ini relevan dengan konsep elaboration likelihood model (ELM) yang membedakan rute sentral (berbasis argumen dan keahlian) dan rute perifer (berbasis persepsi sumber) dalam proses persuasi.

Implikasi Praktis

Bagi PC IPNU–IPPNU Kabupaten Bekasi dan organisasi Nahdlatul Ulama secara umum, temuan penelitian ini memberikan rekomendasi strategis dalam sistem seleksi dan pembinaan pemateri MAKESTA. Penentuan pemateri sebaiknya tidak hanya didasarkan pada kapasitas intelektual dan penguasaan materi Ahlussunnah wal Jama'ah An-Nahdliyah (Aswaja), tetapi juga pada integritas moral, konsistensi antara ucapan dan tindakan, serta kemampuan membangun kedekatan interpersonal dengan peserta. Oleh karena itu, evaluasi berkala

terhadap kualitas pemateri perlu mencakup dimensi keterpercayaan dan daya tarik komunikator, tidak semata-mata berfokus pada penguasaan konten materi. Selain itu, program pelatihan instruktur (*training of trainers*) MAKESTA perlu diarahkan untuk memperkuat pengembangan karakter dan kecakapan interpersonal pemateri, di samping peningkatan pemahaman terhadap substansi Aswaja. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi nilai dalam proses kaderisasi, sehingga peserta tidak hanya memahami Aswaja secara konseptual, tetapi juga mampu menginternalisasi dan mengamalkannya secara nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, populasi terbatas pada satu kabupaten (Bekasi) dengan jumlah sampel kecil ($N = 63$), sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan secara hati-hati. Kedua, desain *cross-sectional* tidak memungkinkan pengukuran perubahan perilaku jangka panjang pascapelatihan. Ketiga, pengukuran berbasis *self-report* dapat mengandung bias sosial (*social desirability bias*).

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh kredibilitas komunikator terhadap perilaku pengamalan nilai-nilai Aswaja An-Nahdliyah pada pelatihan MAKESTA IPNU-IPPNU Kabupaten Bekasi. Berdasarkan hasil analisis terhadap 63 responden menggunakan regresi linear, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Keahlian komunikator tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah ($t = 1,101$; $p = 0,275 > 0,05$). H1 ditolak.
- Keterpercayaan komunikator berpengaruh signifikan dan paling dominan terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah ($\beta = 0,454$; $t = 3,585$; $p = 0,000 < 0,05$). H2 diterima.
- Daya tarik komunikator berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah ($\beta = 0,399$; $t = 3,682$; $p = 0,001 < 0,05$). H3 diterima.
- Secara simultan, dimensi keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik komunikator menjelaskan 76,6% variansi perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah ($R^2 = 0,766$), sementara 23,4% dipengaruhi faktor lain di luar model.

Temuan ini menggarisbawahi bahwa dalam konteks pendidikan nilai keagamaan berbasis kaderisasi, dimensi afektif kredibilitas komunikator—yakni keterpercayaan dan daya tarik—jauh lebih berpengaruh daripada dimensi kognitif (keahlian teknis). Implikasi ini memberikan dasar empiris bagi pembaruan sistem seleksi dan pembinaan pemateri dalam kaderisasi NU, dengan menekankan pentingnya integritas moral dan kecakapan interpersonal komunikator

REKOMENDASI

Berdasarkan temuan penelitian, direkomendasikan agar PC IPNU–IPPNU Kabupaten Bekasi menempatkan aspek keterpercayaan dan daya tarik komunikator sebagai pertimbangan utama dalam seleksi pemateri MAKESTA. Kedua aspek tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengamalan nilai Aswaja An-Nahdliyah, sehingga pemateri diharapkan tidak hanya menguasai materi secara substantif, tetapi juga mampu menjadi figur yang dipercaya dan diteladani oleh peserta. Evaluasi pemateri perlu dilakukan secara berkala dengan menilai konsistensi sikap, integritas moral, serta kemampuan membangun kedekatan interpersonal. Selain itu, penelitian ini merekomendasikan penguatan program pembinaan pemateri melalui pelatihan instruktur yang menekankan pengembangan karakter dan kecakapan komunikasi interpersonal, sejalan dengan penguatan pemahaman substansi Aswaja. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas proses kaderisasi sehingga nilai-nilai Aswaja tidak hanya dipahami secara konseptual, tetapi benar-benar terinternalisasi dan tercermin dalam perilaku kader. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan kajian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi pengamalan nilai Aswaja, seperti lingkungan sosial kader atau pendampingan pascapelatihan. Pendekatan kualitatif atau metode campuran juga dapat dipertimbangkan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai proses internalisasi nilai dalam kaderisasi organisasi keagamaan.

REFERENSI

- Azriel, M., Syahlaif, A., Abidin, Z., & Susanto, T. (2025). Kredibilitas sebagai Konstruksi Sosial Komunikasi dalam Mempengaruhi Komunikator pada Organisasi. *Jurnal Komunikasi*, 6, 9–10.
- Dominic, E. D., & Mahamed, M. (2025). Source credibility as a catalyst: Unraveling its role in shaping strategic communication acceptability (SCA). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 15(2). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v15-i2/24688>
- Hidayat, S., & Mulkhan, A. M. (2024). Development of religious character to improve the effectiveness of teacher and student communication. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1–26.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. Yale University Press.
- Karimah, K. E., Kamilah, I., & Setiaman, A. (2024). Pengaruh kredibilitas komunikator terhadap kohesivitas kelompok. *Jurnal Komunikasi dan Media*.
- Latif, A., Ubaidillah, & Mundir. (2023). Penanaman nilai ASWAJA dalam penguatan moderasi beragama pada siswa. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*.
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nada, T. Y., Rhamdhani, M., & Ema. (2025). Kredibilitas komunikator: Pengaruh terhadap kinerja pegawai Desa Setia Mekar Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

- NU Online. (2024). Penguatan Aswaja dan tantangan kaderisasi NU di daerah. Diakses dari <https://www.nu.or.id>
- PB IPNU. (2023). Pedoman kaderisasi IPNU. PB IPNU.
- PB IPPNU. (2023). Pedoman kaderisasi IPPNU. PB IPPNU.
- Perry, S. D. (1981). Source credibility and the attitude change process. *Communication Monographs*.
- Rakhmat, J. (2008). Psikologi komunikasi. Remaja Rosdakarya.
- Rohman, M. (2023). Internalisasi nilai-nilai Aswaja An-Nahdliyah dalam kaderisasi IPNU-IPPNU. *Jurnal Studi Islam*.
- Rompas, G. T., Onsu, R. R., & Lotulung, L. J. H. (2023). Pengaruh kredibilitas mentor sebagai komunikator Kampus Merdeka terhadap minat ekspor mahasiswa. *Jurnal Komunikasi*.
- Said Aqil Siradj. (2022). Ahlussunnah wal Jama'ah: Sebuah interpretasi. Pustaka Pesantren.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Uyun, N., et al. (2024). Komunikasi dakwah dan kredibilitas komunikator dalam pembinaan keagamaan generasi muda. *SYIAR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 173–184.
- Wahyudi, A., et al. (2024). Pengaruh komunikasi pendidikan terhadap sikap keberagamaan siswa. *SYIAR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 161–172