

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Komunitas

###### a) Pengertian Komunitas

Menurut Prof. Dr. Soejono Soekanto (2007) istilah *community* dapat di terjemahkan sebagai “masyarakat setempat”, istilah lain menunjukkan pada warga-warga sebuah kota, suku, atau suatu bangsa.

. Apabila anggota-anggota suatu kelompok baik itu kelompok besar ataupun kecil, hidup bersama sedemikian rupa sehingga mereka merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidup yang utama, maka kelompok tadi dapat disebut masyarakat setempat. Intinya mereka menjalin hubungan sosial (*social relationship*).

###### b) Faktor Pembentuk

Kemudian Menurut Vanina Delobelle (2008), definisi suatu komunitas adalah group beberapa orang yang berbagi minat yang sama, yang terbentuk oleh 4 faktor, yaitu:

- 1) Komunikasi dan keinginan berbagi (*sharing*): Para anggota saling menolong satu sama lain.

- 2) Tempat yang disepakati bersama untuk bertemu
- 3) Ritual dan kebiasaan: Orang-orang datang secara teratur dan periodic
- 4) Influencer: Influencer merintis sesuatu hal dan para anggota selanjutnya ikut terlibat

Vanina juga menjelaskan bahwa komunitas mempunyai

beberapa aturan sendiri, yaitu:

- 1) Saling berbagi (*Share*): Mereka saling menolong dan berbagi satu sama lain dalam komunitas.
- 2) Komunikasi: Mereka saling respon dan komunikasi satu sama lain.
- 3) Kejujuran: Dilarang keras berbohong. Sekali seseorang berbohong, maka akan segera ditinggalkan.
- 4) Transparansi: Saling bicara terbuka dan tidak boleh menyembunyikan sesuatu hal.
- 5) Partisipasi: Semua anggota harus disana dan berpartisipasi pada acara bersama komunitas.

Efendi (2009) menyimpulkan bahwa komunitas adalah suatu wilayah kehidupan sosial yang ditandai oleh suatu derajat hubungan sosial yang tertentu. Dasar-dasar dari masyarakat setempat adalah lokalitas dan perasaan semasyarakat setempat.

Mengetahui hal-hal terkait aturan diatas maka sebuah komunitas itu sendiri juga memerlukan sebuah manajemen

kegiatan supaya segala bentuk kepentingan-kepentingan yang dimiliki oleh setiap anggota dapat terpacai dengan baik. Manajemen terhadap kegiatan komunitas sangat vital dalam berperan terhadap kelangsungan aktivitas mereka dalam usaha mencapai tujuan bersama.

## 2. Manajemen

### a) Pengertian

Kata Manajemen berasal dari bahasa Perancis kuno *ménagement*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Manajemen belum memiliki definisi yang mapan dan diterima secara universal. Mary Parker Follet, misalnya, mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Ricky W. Griffin (1999) mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.

George R. Terry dan Leslie W. Rue dalam bukunya *Principle of Management* yang dialih-bahasakan oleh G. A. Ticoalu mengemukakan bahwa manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang ke arah tujuan organisasional. Manajemen adalah suatu kegiatan, pelaksanaannya adalah “managing” pelaksanaan, sedang pelaksanaannya disebut manajer atau pengelola.

Manajemen dapat diartikan sebagai suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan, seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan, yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya.

#### b) Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang melekat di dalam proses manajemen, yang akan dijadikan acuan oleh pengurus dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Manajemen berlangsung dalam suatu proses berkesinambungan secara sistemik, yang meliputi fungsi-fungsi manajemen, yaitu; perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan.

##### 1) Perencanaan

George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (Sukarna,2011) yaitu perencanaan adalah memilih fakta dan penghubungan fakta-fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan-perkiraan atau asumsi-asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Pada dasarnya merencanakan adalah kegiatan yang hendak dilakukan di masa depan. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mengatur berbagai sumber daya agar hasil yang dicapai sesuai yang diharapkan. Ada tiga kegiatan dalam setiap perencanaan, diantaranya:

- Perumusan tujuan yang ingin dicapai
- Pemilihan program untuk mencapai tujuan
- Identifikasi dan pengerahan sumber yang jumlahnya terbatas.

## 2) Pengorganisasian

George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (Sukarna, 2011) tentang pengertian *organizing* sebagai berikut, yaitu “*Organizing is the determining, grouping and arranging of the various activities needed necessary forthe attainment of the objectives, the assigning of the people to thesen activities,*

*the providing of suitable physical factors of environment and the indicating of the relative authority delegated to each respective activity*". Yang artinya sebagai berikut "Pengorganisasian ialah penentuan, pengelompokkan, dan penyusunan macam-macam kegiatan yang dipeelukan untuk mencapai tujuan, penempatan orang-orang , terhadap kegiatan-kegiatan ini, penyediaan faktor-faktor fisik yang cocok bagi keperluan kerja dan penunjukkan hubungan wewenang, yang dilimpahkan terhadap setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap kegiatan yang diharapkan".

Pengorganisasian adalah suatu proses pengaturan dan pengalokasian kerja, wewenang, dan sumber daya di kalangan anggota sehingga mereka dapat mencapai tujuan organisasi secara efisien. Pengurus komunitas harus dapat mempunyai kemampuan menentukan jenis program yang dibutuhkan serta mengorganisasikan semua potensi yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

### 3) Pelaksanaan

Menurut George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* di dalam buku milik Sukarna (2011) mengatakan bahwa Penggerakan adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya

berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan

Definisi diatas terlihat bahwa tercapai atau tidaknya tujuan tergantung kepada bergerak atau tidaknya seluruh anggota kelompok manajemen, mulai dari tingkat atas, menengah sampai kebawah. Segala kegiatan harus terarah kepada sasaran, mengingat kegiatan yang tidak terarah kepada sasaran hanyalah merupakan pemborosan terhadap tenaga kerja, uang, waktu dan materi atau dengan kata lain merupakan pemborosan terhadap *tools of management*. Hal ini sudah barang tentu merupakan *mis-management*.

Sukarna (2011) menyampaikan tentang tercapainya tujuan bukan hanya tergantung kepada *planning* dan *organizing* yang baik, melainkan juga tergantung pada pergerakan dan pengawasan. Perencanaan dan pengorganisasian hanyalah merupakan landasan yang kuat untuk adanya pergerakan yang terarah kepada sasaran yang dituju. Pergerakan tanpa *planning* tidak akan berjalan efektif karena dalam perencanaan itulah ditentukan tujuan, *budget, standard*, metode kerja, prosedur dan program.

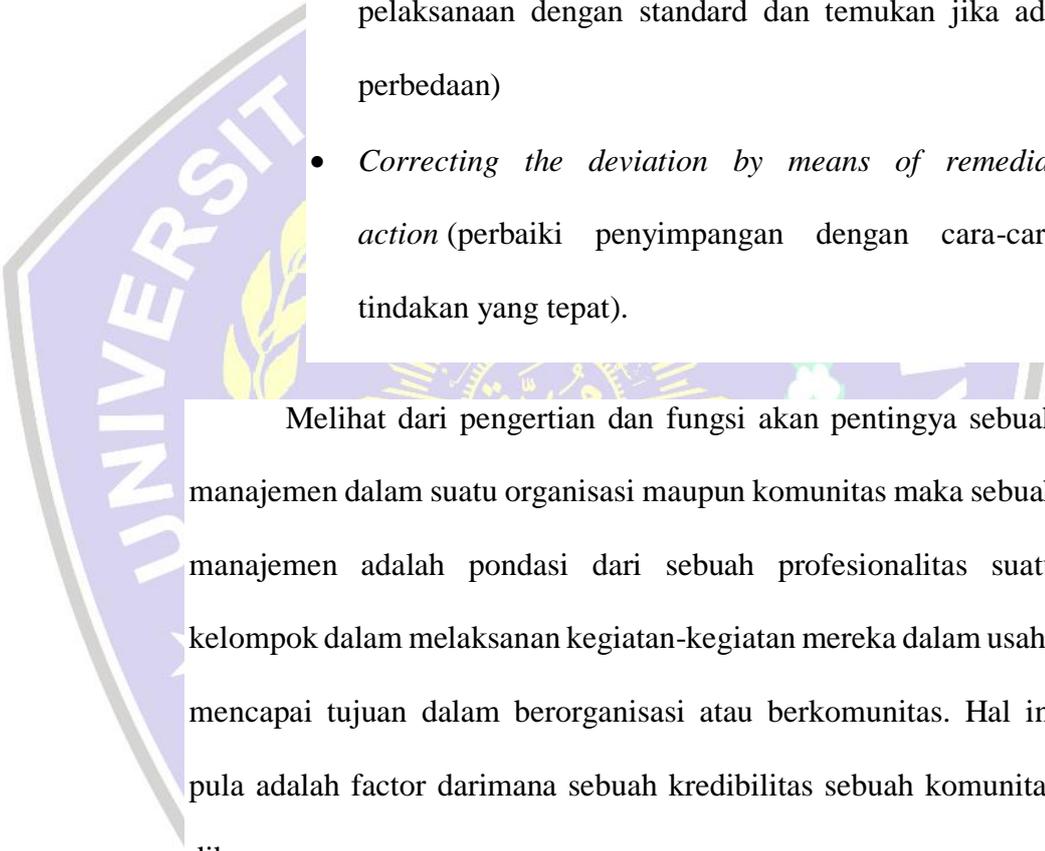
#### 4) Pengontrolan

*Control* mempunyai peranan atau kedudukan yang penting sekali dalam manajemen, mengingat mempunyai fungsi untuk menguji apakah pelaksanaan kerja teratur, tertib, terarah atau tidak. Walaupun *planning*, *organizing*, *actuating* baik, tetapi apabila pelaksanaan kerja tidak teratur, tertib dan terarah, maka tujuan yang telah ditetapkan tidak akan tercapai. Dengan demikian *control* mempunyai fungsi untuk mengawasi segala kegiatan agar tertuju kepada sasaran, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai.

Untuk melengkapi pengertian diatas, menurut George R. Terry (1999) mengemukakan bahwa *Controlling*, yaitu: Pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu *standard*, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bilaman perlu melakukan perbaikan-perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan *standard* (ukuran).

Terry dalam bukunya (1999) mengemukakan proses pengawasan sebagai berikut, yaitu:

- *Determining the standard or basis for control* (menentukan standard atau dasar bagi pengawasan)
- *Measuring the performance* (ukuran pelaksanaan)
- *Comparing performance with the standard and ascertaining the difference, if any* (bandingkan pelaksanaan dengan standard dan temukan jika ada perbedaan)
- *Correcting the deviation by means of remedial action* (perbaiki penyimpangan dengan cara-cara tindakan yang tepat).



Melihat dari pengertian dan fungsi akan pentingnya sebuah manajemen dalam suatu organisasi maupun komunitas maka sebuah manajemen adalah pondasi dari sebuah profesionalitas suatu kelompok dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan mereka dalam usaha mencapai tujuan dalam berorganisasi atau berkomunitas. Hal ini pula adalah factor darimana sebuah kredibilitas sebuah komunitas dibangun.

Komunitas Info Cepat Wilayah Ponrogo adalah sebuah komunitas yang dimana mereka memanfaatkan media social facebook sebagai wadah mereka dalam melakukan hubungan interaksi dan komunikasi. menggunakan media sosial sebagai

wadah interaksi ataupun komunikasi di sebuah komunitas, merupakan salah satu bentuk sebuah pemanfaatan dari sekian banyak manfaat yang dapat diperoleh dari perkembangan dunia teknologi informasi.

### 3. Media Sosial

#### a) Pengertian

Menurut kamus Bahasa Inggris, media sosial merupakan program komputer yang memberikan fungsi untuk berkomunikasi dan berbagi informasi di internet sebagaimana didefinisikan oleh Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus: "*social media (noun); websites and computer programs that allow people to communicate and share information on the internet using a computer or mobile phone*". atau, "*a group of internet-based application that builds on the technological foundation of web 2.0, which allows the creation and exchange of user generated content*". (Kaplan, A & Haenlein, M, 2010).

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum. Dari sisi bahasa, media sosial dapat dimaknai sebagai sarana yang menghubungkan masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi. Media sosial

merupakan medium atau wadah untuk bersosialisasi dengan menggunakan teknologi berbasis web untuk menyebarkan secara pengetahuan dan informasi secara cepat kepada seluruh pengguna internet didunia. Menurut Juliasih dalam Kristanto (2011) media sosial adalah media yang sering disebut sebagai media online dimana dapat mewakili para penggunanya untuk saling berinteraksi dengan sesamanya di dunia luar baik yang dikenal maupun tidak.

b) **Macam-Macam Media Sosial (Klasifikasi)**

Klasifikasi media sosial menurut Kaplan dan Haenlein (2010) antara lain:

1) *collaborative blogs or collaborative projects* (wikipedia) yang mengizinkan peserta untuk bekerja sama dalam suatu proyek misalnya penelitian atau penulisan kamus, dimana seluruh partisipan diperbolehkan untuk menulis atau mengedit kapanpun dan dimanapun untuk melengkapinya;

2) *blogs and microblogs* merupakan situs pribadi yang dibuat oleh individu untuk berkomunikasi melalui tulisan atau media lain seperti video, audio, atau gambar. Forum blog yang paling umum antara lain blogger.com, wordpress.com dn Yahoo!groups.com;

3) *Content communities* ialah jenis media sosial yang berfungsi untuk berbagi konten-konten media seperti video, gambar, atau suara. Situs paling umum untuk jenis media sosial ini adalah Youtube, Flickr, and Slideshare;

4) *Social networking* paling umum untuk jenis ini adalah Facebook, Twitter, MySpace, LinkedIn. Disebut situs jaringan sosial, karena situs ini memang berfungsi untuk komunikasi sosial. Aplikasi yang digunakan juga menawarkan pengguna untuk membuat profil yang umumnya terdiri dari nama, umur, lokasi, gender, bahkan dapat mengunggah foto sebagai foto profil.;

5) *virtual game world* merupakan suatu program dimana pengguna dapat berpartisipasi dalam sebuah game secara *virtual*.; dan

6) *virtual social worlds* merupakan tipe media sosial dimana individu dapat membuat profil, tindakan, mengenai kehidupan, dan perbuatan yang sama halnya dengan didunia nyata sesuai keinginannya.

Klasifikasi tersebut dibuat berdasarkan *social presence* (kehadiran sosial) dan *selfpresentation* (presentasi diri). Kaplan dan Haenlein mengklasifikasikan media sosial berdasarkan pada teoriteori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial dan kekayaan media) dan proses sosial (presentasi diri dan

penyingkapan diri), yang merupakan dua elemen kunci dari media sosial. Teori kehadiran (Short, Williams, & Christie dalam Kaplan dan Haenlein, 2010) menyatakan bahwa kehadiran sosial didefinisikan sebagai akustik, *visual*, dan kontak fisik yang dapat dicapai atau muncul antara dua mitra atau lebih dalam suatu komunikasi. Kehadiran sosial dipengaruhi oleh keintiman (antarpribadi atau termediasi) dan kesiapan media (selaras atau tidak selaras) dan yang dianggap sebagai media yang lebih rendah misalnya, percakapan telepon dibandingkan dengan percakapan *interpersonal* seperti diskusi tatap muka dan untuk yang tidak selaras misalnya, *e-mail* atau surat elektronik dan komunikasi sinkron atau selaras misalnya, *live chat* atau percakapan langsung.

Tentu saja dengan mereka (komunitas ICWP) menggunakan media social sebagai wadah para anggota dalam mencapai suatu tujuan komunitas, maka informasi yang ada di dalam halaman grup facebook ICWP dapat menjadi salah satu factor yang nantinya akan berpengaruh terhadap proses kegiatan komunitas tersebut.

Manajemen yang dilakukan oleh para pengurus komunitas ICWP sangat erat kaitannya dengan informasi-informasi yang terpositng di grup facebook ICWP . oleh sebab itu manajemen komunitas serta segala bentuk postingan yang ada dapat menjadi tolak ukur sebaik apa komunitas ini dalam merealisasikan tujuan komunitas, dan hal tersebut akan menjadi factor yang

mempengaruhi suatu kredibilitas yang ada di komunitas Info Cepat Wilayah Ponorogo.

#### 4. Konsep Kredibilitas

##### a) Pengertian kredibilitas

Kredibilitas secara umum dapat diartikan sebagai kondisi dimana sesuatu hal dapat dipercaya atau mampu untuk dipertanggung jawabkan atas kebenarannya. Kredibilitas muncul atas dasar dimana sumber memiliki latar belakang dan reputasi yang baik dimata pengamat (komunikator). Memiliki kredibilitas dalam konteks informasi bukan berarti apa yang telah disebarkan oleh seorang individu atau kelompok memiliki kebenaran absolut, bisa juga kredibilitas muncul karena sumber (komunikator) memiliki sedikit kesalahan, maka sumber tersebut bisa dikatakan kredibel.

##### b) Kredibilitas dalam media

Salwen, Garrison, dan Driscoll (2005) melakukan studi kredibilitas media di Amerika pada tahun 2002 yang bertujuan untuk melihat komponen primer kredibilitas pada koran, televisi, dan berita online. Studi tersebut menggunakan teknik random sampling dengan survey telepon sebagai alat pengumpulan datanya dan dilakukan di 50 negara bagian. Total 536 interview diselesaikan dengan tingkat respon pada survey ini sebesar 41%. Kriteria responden di studi ini adalah minimal

sehari dalam seminggu membaca koran, menonton televisi, dan menggunakan internet untuk membaca berita online. (Renzulli, 2012: 17).

Dimensi dari kredibilitas yang digunakan dalam survey ini adalah milik Gaziano dan Mcgrath. Dengan menggunakan skala likert dimana responden dipersilahkan untuk memberikan nilai dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju), 12 dimensi yang ditanyakan untuk mengukur kredibilitas dari media adalah *trustworthiness, currency, bias, fairness, reporting the whole story, objectivity, honesty, up to date, believability, balance, accuracy, dan timeliness.*

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa untuk setiap media memiliki komponen faktor yang berbeda-beda dalam mengukur kredibilitasnya. Berikut adalah faktor-faktor kredibilitas berdasarkan masing-masing media:

Pada media koran, terdapat 3 faktor yang muncul dalam mengukur kredibilitas media, yaitu:

- 1) Keseimbangan dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *balance, report the whole story, objective, fair, accuracy.* Hal yang paling utama dalam faktor ini adalah *balance* dan *report the whole story.*

- 2) Kejujuran dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *honesty, believability, trustworthiness*. Hal yang paling utama dalam faktor ini adalah *honesty*.
- 3) Kekinian dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *up to date, currency, dan timeliness*.

Ketiga dimensi tersebut memiliki proporsi yang hampir sama dalam membangun faktor ini.

Berbeda dengan faktor yang muncul dalam mengukur kredibilitas koran, faktor pada televisi memiliki jumlah yang lebih sedikit, dan lebih berfokus kepada kewajaran dalam pemberitaan. Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya bahwa kredibilitas televisi lebih melibatkan faktor individual dari pada institusinya. Faktor-faktor tersebut terdiri dari:

- 1) Kewajaran dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *fairness, balance, trustworthiness, accuracy, objective, report the whole story, believability, bias, honesty*.

Dimensi yang paling menonjol dalam faktor ini adalah *fairness*.

- 2) Kekinian dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *currency, up to date, timeliness*. Ketiga dimensi memiliki proporsi yang hampir seimbang dalam menentukan faktor ini.

Sementara itu, untuk media online memiliki

perbedaan faktor kredibilitas yang tidak muncul di dua media sebelumnya, yaitu faktor tidak bias dalam pemberitaan. Hal ini menyiratkan bahwa responden melihat media online seringkali melakukan bias dalam pemberitaannya yang sebenarnya jika ditelusuri lebih jauh hal ini akan berhubungan dengan *update* berita yang sangat cepat di media online. Dengan pertimbangan lebih berat kepada aktualitas, maka pemberitaan sering kali lebih bertopang kepada opini dan fakta yang dilihat pada saat kejadian oleh jurnalis tanpa dilakukannya konfirmasi kepada pihak-pihak yang terkait terlebih dahulu. Lebih lengkapnya mengenai faktor dalam mengukur kredibilitas media online, yaitu:

- 1) Pemberitaan yang dapat dipercaya mencakup dimensi *trustworthiness, believability, accuracy, report the whole story, balance, fairness*. 3 Dimensi yang disebutkan lebih dahulu memiliki kontribusi yang lebih menonjol dalam faktor ini.
- 2) Kekinian dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *currency, up to date, timeliness*. Ketiga dimensi memiliki proporsi yang hampir seimbang dalam menentukan faktor ini.

- 3) Tidak bias dalam pemberitaan yang mencakup dimensi bias, dan *objective*. Dimensi bias memiliki kontribusi yang lebih besar dalam menentukan faktor ini.

Setelah mengetahui sebuah konsep dari suatu kredibilitas secara umum serta kredibilitas dalam media, maka dapat penulis simpulkan bahwa kredibilitas dibutuhkan dalam sebuah lembaga maupun organisasi dalam upaya mereka mendapatkan sebuah kepercayaan dari anggota maupun public.

Komunitas Info Cepat Wilayah Ponorogo sebagai komunitas social dan budaya memerlukan sebuah kredibilitas agar tidak hanya tentang pengakuan dari publik, namun juga sebagai bentuk cara agar komunitas tersebut dipercaya. Serta nantinya dari sebuah *trust* dari para member inilah yang akan membantu mewujudkan segala bentuk maksud dan tujuan komunitas ICWP.

## 5. *Trust*

### a) Pengertian

*Trust* dalam kamus terjemahan Echols dan Hasan diartikan kepercayaan atau percaya. Sementara Kamus Webster's Third New Internasional Dictionary menjelaskan "*Trust is an implication of assured toward another which may rest on blended evidence of experience and more subjective grounds such as knowlewdge, affection, admiration, respect, or reverence*" (Gave, 1966). Intisari dari *trust* yang dikemukakan

dalam kamus Webster's Third New Internasional Dictionary adalah implikasi dari sikap yakin terhadap orang/hal lain yang didasarkan pada bukti-bukti campuran/perpaduan berbagai pengalaman dan pada dasarnya lebih subjektif seperti pengetahuan, kasih sayang, kekaguman, rasa hormat, atau penghormatan. Dalam kajian psikologi, Rotter mengatakan *trust* diartikan sebagai suatu kecenderungan seseorang untuk yakin pada orang lain (dalam Mckinght dkk, 2002). Sementara Yamagisi (1998) menjelaskan *trust* adalah keyakinan orang kepada maksud baik orang lain yang tidak merugikan mereka, peduli pada hak mereka, dan melakukan kewajibannya.

Moorman, dkk (dalam Zulganef dan Murni, 2008) mengatakan *trust* sebagai perilaku seseorang untuk bersandar (*rely on*) kepada reliabilitas dan integritas orang lain dalam memenuhi harapannya dimasa yang akan datang. Menurut Das dan Teng (dalam Ojha & Gupta, 1998) *trust* sebagai derajat dimana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah-ubah dan beresiko. Sementara itu Mayer (dalam Ojha & Gupta, 1998) merumuskan *trust* sebagai keinginan suatu pihak untuk menjadi pasrah/menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan sesuatu tindakan tertentu yang

penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan, terhadap kemampuan memonitor atau mengendalikan pihak lain. Dan Doney et.al. (dalam Ojha & Gupta, 1998: 107) memberikan definisi *trust* sebagai sesuatu yang diharapkan dari kejujuran dan perilaku kooperatif yang berdasarkan saling berbagi norma-norma dan nilai yang sama.

Govier (dalam Tschannen-Moran, 2001) berpendapat bahwa orang yang bisa dipercaya adalah orang yang *predictable*, berbicara dengan hati-hati, terutama saat membuat komitmen, menepati janji dan tidak pernah menipu. Sementara itu, Tschannen-Moran dan Hoy (1999) mengatakan *trust* adalah kesediaan seseorang atau kelompok untuk menjadi rentan terhadap pihak lain didasarkan pada keyakinan dari tindakan terakhirnya dalam menunjukkan *benevolent* (niat baik), *reliable* (dapat dipercaya), *competent* (kompetensi), *honest* (kejujuran), dan *open* (keterbukaan). Timbulnya *trust* dipengaruhi oleh pengalaman dimasa lalu. Forsyth berpendapat pengalaman positif yang konsisten dimasa lalu dengan satu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik di masa yang akan datang (Arsono, 2002).

Berdasarkan paparan di atas mengenai *trust*, maka dapat diartikan *trust* (kepercayaan) adalah suatu kesediaan seseorang

untuk mempercayai orang/hal lain karena adanya niat baik, jujur, kompetensi, keterbukaan dan dapat diandalkan sehingga membuat *trustee* konsekuen dengan resiko yang muncul.

b) Karakteristik *trust*

Tschannen-Moran dan Hoy (1998) melalui teori kepercayaannya, ia membagi lima karakteristik yang merupakan komponen utama yang digunakan untuk menilai dan mengukur *trust* yaitu :

- 1) Niat Baik (*Benevolence*) yaitu kepercayaan akan kesejahteraan atau kepemilikan seseorang terhadap perlindungan dan perhatian orang lain atau kelompok yang dipercayainya. Sikap dan keinginan yang baik akan menumbuhkan hubungan kepercayaan ini.
- 2) Keandalan (*Reliability*) yaitu seseorang bergantung kepada pihak lain untuk mendapatkan kenyamanan.
- 3) Kompetensi (*Competence*) yaitu adanya keyakinan bahwa seseorang mampu melakukan suatu pekerjaan sesuai yang dikehendaki.
- 4) Jujur (*Honesty*) yaitu berkaitan dengan perwatakan, integriti dan ketulenan tingkah laku seseorang yang menjadi dasar dari kepercayaan.
- 5) Keterbukaan (*Openness*) yaitu adanya rasa untuk saling memahami antara satu dengan yang lain. Menurut Zand

kepercayaan akan meningkat bila seseorang atau suatu pihak mau bersikap terbuka terhadap pengaruh dari pihak lain (Laksmiana, 2002).

Sementara itu, menurut Bryk dan Scheider (2002) orang yang memiliki *trust* ditandai dengan:

- 1) *Consistency*, yaitu adanya ketetapan dalam memberikan pesan kepada orang lain tanpa membedakan satu sama lain. Dengan demikian tingkat keyakinan seseorang akan semakin besar karena adanya rasa aman dari ketetapan tersebut yang menghasilkan suatu kepercayaan.
- 2) *Compassion*, yaitu kepedulian yang tinggi penting dalam hubungan saling percaya. Dengan saling berkasih sayang menyiratkan bentuk perlindungan sehingga tidak akan muncul perasaan merugikan orang lain.
- 3) *Communication*, yaitu berfokus pada bagaimana berbagi informasi yang mana informasi tersebut tidak akan dieksploitasi bebas. Dengan kata lain, hal ini mengacu pada keterbukaan sebagai strategi dalam menjaga kerahasiaan yang bersifat pribadi.
- 4) *Competency*, yaitu adanya tanggung jawab dan konsistensi seseorang dalam suatu pekerjaan dan seberapa baik hasil yang diperoleh.

c) Faktor yang mempengaruhi *trust*

*Trust* adalah kecenderungan sifat kepribadian yang umumnya stabil dan dapat diukur. Individu yang cenderung *trust*nya tinggi atau rendah memiliki ciri-ciri kepribadian dan karakteristik tertentu. Kecenderungan *trust* (Wade & Robison, 2012) merujuk pada seberapa banyak mereka bersedia untuk bergantung pada orang lain secara umum. Hal ini dibentuk oleh pengalaman hidup. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk *trust* adalah:

1) *Level of extroversion/neuroticism*

Orang dengan keterbukaan tinggi (fleksibel atau energik) dan neurotisme yang rendah (percaya diri) cenderung lebih dapat mempercayai.

2) *Participation in religion*

Orang yang beragama memiliki tingkat *trust* yang lebih tinggi terhadap sesuatu hal atau orang lain, daripada orang yang tidak memiliki agama (atheis).

3) *Family interaction*

Orang tua yang menepati sebagian besar janji-janji mereka dan lebih percaya kepada anak mereka dapat menyebabkan anak cenderung memiliki *trust* yang tinggi.

4) *Gender*

Dalam beberapa penelitian telah melaporkan bahwa pria memiliki tingkat *trust* yang lebih tinggi pada lembaga formal dan pemerintah bila dibandingkan dengan wanita.

d) Bentuk-bentuk dari *trust*

Sako, 1990 (dalam Batt, 2004) membagi kepercayaan dalam tiga tingkatan, yaitu:

- 1) *Contractual Trust* adalah sebuah harapan bahwa rekan pertukaran akan tetap tinggal karena kewajiban secara tertulis atau lisan mereka dan bertindak berdasarkan praktek bisnis yang dapat diterima pada umumnya.
- 2) *Competence Trust* adalah kepercayaan yang diperoleh dari asumsi bahwa perusahaan yang dipercaya akan melaksanakan aktivitas secara professional dan dapat dipercaya.
- 3) *Goodwill Trust* adalah kedua belah pihak mengembangkan harapan yang saling menguntungkan dimana yang lain akan melakukan lebih dari yang pada umumnya

Sedangkan menurut Koehn, 2003 (dalam Sularto, 2004) terdapat beberapa bentuk kepercayaan: (1) berbasis tujuan, (2) berbasis perhitungan, (3) berbasis pengetahuan, dan (4) berbasis penghargaan.

### 1) Kepercayaan berbasis tujuan

Kepercayaan berbasis tujuan muncul ketika dua orang yang mengira mereka memiliki tujuan yang sama. Tujuannya mungkin bisa baik atau buruk. Para teroris mungkin saling mempercayai selama masing-masing mempercayai yang lain agar konsisten dalam mencapai tujuan. Dalam hubungan berbasis tujuan, trustors memiliki sedikit minat dalam mempelajari tentang karakter atau keinginan dari mitra mereka. Mereka bahkan bisa sama mengidentifikasi mitranya.

Dengan memfokuskan pada tujuannya, mereka hanya ingin mengetahui apakah mitra mereka sama tujuannya. Setiap mitra mungkin mengharapkan dan bahkan meminta bahwa yang lain mengorbankan nyawanya demi tercapainya tujuan. Kedua pihak mengira bahwa tujuan atau hasil akhir menghalalkan segala cara. Trustees berbasis tujuan sering tergantung pada propaganda atau retorika yang dihembuskan untuk menginspirasi trustors agar bersedia menanggung resiko besar. Penggunaan propaganda dan manipulasi sering mengartikan kepercayaan ini memiliki komponen afektif yang besar.

Didalam komunitas ICWP, jenis kepercayaan seperti inilah yang diberikan oleh para anggota grup mereka. Karena mereka dalam berkomunitas memiliki sebuah tujuan yang sama. Dengan sebuah kepercayaan, maka diharapkan tujuan-tujuan tersebut bisa tercapai.

## 2) Kepercayaan perhitungan

Kepercayaan perhitungan mencoba meramalkan apa yang dilakukan mitra terpercaya dengan mencari bukti untuk hal-hal yang bisa dipercaya lainnya – misalnya, apakah pihak lainnya memiliki sejarah menepati janjinya? Reputasi yang bagus? Pihak yang akan menjadi trustor memperhitungkan keuntungan dan keandalan untuk kepercayaan. Jika keuntungannya melebihi biayanya, maka individu akan mempertanyakan pihak tersebut. Kepercayaan perhitungan umumnya bersifat kognitif dan konatif. Biasanya dalam hubungan komersil dimana pihak-pihak mungkin saling tidak mengenal satu sama lain, mereka mungkin memiliki ketertarikan yang sama, maka pertemanan seperti itu sering bersandar pada kontrak. Kontrak tidak sepenuhnya merupakan lawan dari kepercayaan (Foorman, 1997).

Menjaga kepercayaan sering melibatkan proses negosiasi dan artikulasi oleh semua pihak dengan

mempercayai hubungan mereka. Lebih jauh lagi, pihak yang bergantung pada kontrak mungkin disebut mempercayai sistem legal untuk memaksa mereka dan pada pengacara yang memfasilitasi perjanjian. Ada kenyataan bahwa tindakan untuk menggunakan dan memaksa kontrak menjadikan kelemahan kepercayaan. Setiap pihak yang terlibat kontrak tidak mau tergantung pada yang lainnya untuk menggunakan pertimbangannya membantu pihak lain.

Dalam hubungan utilitas, obyek kepercayaan sering kurang untuk pihak lainnya dan lebih pada kontrak aturan main. Ketika pihak yang terlibat bergantung pada sistem verifikasi reputasi untuk membangun tingkat kepercayaan masing-masing pihak dan untuk meminimalkan resiko bertransaksi dengan orang asing, maka fungsi sistem reputasi adalah sebagai obyek kognitif dari kepercayaan. Dalam kasus ini, kepercayaan kurang rasional dan mungkin dianggap sebagai pengurangan kepercayaan. Kepercayaan akan tepat digunakan dan memiliki nilai tertinggi ketika setiap aturan tidak bisa ditentukan dan dikendalikan sebelumnya.

### 3) Kepercayaan berbasis pengetahuan

Kepercayaan berbasis pengetahuan muncul ketika orang saling mengenal satu sama lain dan atau sering

berinteraksi. Hubungan kepercayaan berbasis pengetahuan mungkin berubah ketika kedua pihak saling mencurigai perusahaan lawannya, Dalam kasus ini, baik pihak yang dipercaya dan yang mempercayai mungkin lebih memperhatikan tentang bagaimana memperoleh keuntungan. Hubungan itu bisa afektif bisa juga kognitif. Berbasis pengetahuan dan kepercayaan perhitungan tidak selalu berbeda.

#### 4) Penghargaan berbasis kepercayaan

Penghargaan berbasis kepercayaan muncul dan dipaksakan ketika kedua pihak yang terikat pada suatu hubungan memiliki love of virtue yang sama, excellence, dan kebijaksanaan serta bersedia melakukan dialog dengan tujuan agar lebih baik dalam saling memahami satu sama lain. Bentuk kepercayaan ini merupakan persahabatan diantara orang baik. Saling menghormati satu sama lain, dan tidak ingin saling mengeksploitasi lainnya.

### **B. Kerangka Bepikir**

Pada era dewasa ini sudah tidak terelakkan bahwa media social memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan social di masyarakat. Dari media social khususnya dalam bentuk *social networking*, laju informasi dapat muncul dari setiap individu, itu artinya semakin sulit bagi

pengguna *social networking* yang lainnya dalam menyaring setiap informasi. Sisi positif dan negatif dari *social networking* dipengaruhi oleh kesadaran dari masing-masing individu.

Begitu juga dengan komunitas *social ICWP* yang menggunakan grup *facebook* sebagai wadah mereka dalam saling tukar informasi. Oleh sebab itu sebuah kredibilitas harus dibangun oleh komunitas tersebut dengan mengontrol setiap informasi yang tersaji didalam grup tersebut. Bisa kita bayangkan jika tidak ada sebuah filter di dalam grup *ICWP*, maka sebuah kredibilitas komunitas *ICWP* akan dipertanyakan oleh sebagian besar member grup yang berharap akan mendapatkan sebuah hal yang dirasa penting dan bermanfaat oleh mereka.

Di dalam analisis ini penulis akan menggunakan dua aspek yang dimana hal tersebut berperan penting terhadap terciptanya sebuah kredibilitas komunitas *ICWP*, yang pertama dari sisi internal yang mencakup 4 hal dari aspek penting sebuah manajemen yaitu, pertama perencanaan (*planning*), kedua pengorganisasian (*organizing*) ketiga pelaksanaan (*actualing*) dan yang keempat pengawasan (*controlling*).

Empat factor diatas sangat penting bagi terciptanya sebuah kredibilitas di sebuah lembaga ataupun komunitas, karena dengan melakukan kegiatan-kegiatan tersebut menunjukkan bahwa komunitas *ICWP* memang melakukan sebuah manajemen yang akan menciptakan sebuah keseriusan atau dapat kita sebut profesionalitas yang dimana dari sanalah

sebuah dasar konsep kredibilitas komunitas terbentuk, yaitu melalui manajemen yang baik.

Kemudian media grup facebook yang mereka gunakan juga dapat berpengaruh terhadap kredibilitas komunitas tersebut. Media tersebut merupakan sisi eksternal yang mempengaruhi kredibilitas komunitas ICWP, yang dimana nantinya penulis dapat melakukan analisis menggunakan teori kredibilitas media online yang penulis ambil dari penelitian Salwen, Garrison, dan Driscoll tahun 2002 di Amerika Serikat yang mencakup 3 aspek yang dapat membantu penulis untuk mengetahui kredibilitas eksternal komunitas ICWP yaitu, pertama tentang keterpercayaan informasi, kedua kekinian dalam pemberian informasi atau berita, dan ketiga adalah tidak bias dalam pemberian sebuah berita atau informasi. Oleh sebab itu penulis membagi unsur-unsur dalam membangun kredibilitas di komunitas ICWP menjadi dua unsur, yaitu dari sisi internal dan dari sisi eksternal yang dimana nantinya sebuah kredibilitas itu dapat membangun sebuah kepercayaan dari para anggota komunitas tersebut. Adapun bagan dari kerangka berpikir pada penelitian adalah sebagai berikut.



