

KEPERCAYAAN PUBLIK TERHADAP DPR DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA

M. Ali Iqbal¹, Wahyuni Pudjiastuti²

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Esa Unggul, Jakarta

²Fakultas SOSPOL, Universitas Indonesia, Jakarta

Jln. Arjuna Utara Tol Tomang KebunJeruk, Jakarta 11510

ali_iqbal@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tingkat kepercayaan publik terhadap Dewan Perwakilan Rakyat dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Metode analisis dilakukan dengan cara deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif untuk memberikan gambaran secara deskriptif faktor internal dan eksternal publik secara univariat yang disajikan dengan distribusi frekwensi. Sedangkan analisis inferensial dengan pemilihan teknik statistik regresi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi variabel independen, yaitu kepercayaan publik terhadap DPR serta untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik terhadap DPR tersebut. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kepercayaan responden pada DPR sangat rendah. Responden yang tidak percaya pada DPR sebanyak 82 persen baik untuk kalangan kelas bawah, kelas menengah maupun kelas atas. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik pada DPR antara lain adalah jenis kelamin, penghasilan isteri, besarnya kenaikan tarif yang disanggupi dan terpaan radio. Sedangkan besarnya penghasilan suami, terpaan surat kabar dan pihak lain tidak berpengaruh signifikan pada kepercayaan publik terhadap DPR.

Kata Kunci: Kepercayaan Publik, DPR, Pemberitaan

Pendahuluan

Dewan Perwakilan Rakyat atau DPR adalah salah satu lembaga tinggi Negara yang diharapkan mampu menyalurkan aspirasi rakyat. DPR dipilih setiap lima tahun sekali yang pada saat pemilihannya sangat banyak mengeluarkan biaya, tenaga, waktu bahkan tidak jarang memakan korban jiwa, luka atau meninggal. Namun pada kenyataannya banyak berita tentang DPR yang sifatnya negatif yang muncul di media massa, baik melalui media cetak maupun elektronik yang didengar, dibaca dan dilihat oleh sebagian besar rakyat Indonesia. Berita negatif tentang perilaku para dewan yang marak di media massa antara lain berita tentang para anggota dewan yang tidur pada saat sidang, berkelahi di ruang sidang, berselingkuh, anggota dewan yang menerima suap dan korupsi. Sayangnya berita ini tidak

pernah diimbangi dengan berita yang positif, akibatnya opini yang muncul cenderung negatif. Hal demikian tentu saja akan menimbulkan dampak yang buruk bagi DPR, yaitu ketidakpercayaan publik terhadap kinerja DPR secara keseluruhan.

Awalnya publik percaya bahwa DPR akan selalu membela rakyat, mendukung rakyat dan memperjuangkan aspirasi rakyat kepada pemerintah, namun pada kenyataannya rakyat belum merasakan peran dan fungsi DPR tersebut. Hal ini ditunjukkan dari semakin tidak sejahteranya masyarakat, melonjaknya harga kebutuhan pokok, kenaikan harga BBM, tingginya angka kemiskinan, kurangnya lapangan kerja, semakin tingginya angka pengangguran dan sebagainya yang menunjukkan bahwa peran DPR belum optimal dalam membela kepentingan rakyat.

Terbentuknya kepercayaan publik terhadap DPR tidak semuanya disebabkan oleh media massa. Pengalaman, naluri dan pembelajaran perseorangan melalui kontak personal atau kontak sosial dapat menghasilkan sikap dan pandangan mengenai suatu persoalan, termasuk tentang perilaku anggota DPR tersebut. Dalam hal ini peranan kelompok menjadi sangat penting dalam mempengaruhi kepercayaan seseorang termasuk juga para pemuka masyarakat atau orang terdekat yang dipercaya. DPR adalah salah satu lembaga tinggi Negara yang harus memiliki reputasi dan citra yang baik dimata masyarakat yang mampu menjalankan peran dan fungsinya dengan baik sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Salah satu komponen yang harus diperhatikan adalah kepercayaan publik pada DPR karena kepercayaan ini nantinya akan sangat menentukan penilaian publik terhadap DPR. Apabila kepercayaan publik terhadap DPR rendah maka yang terbentuk adalah citra atau reputasi yang buruk.

Media massa sangat besar perannya dalam membentuk opini publik, termasuk salah satunya adalah dalam membentuk ketidakpercayaan publik terhadap DPR. Disisi lain masyarakat selalu berinteraksi dengan lingkungan sosialnya yang secara langsung dapat mempengaruhi pendapatnya mengenai DPR. Masyarakat sebagai individu juga memiliki karakteristik tertentu yang kemudian ikut menentukan bagaimana mereka menilai DPR. Salah satunya dapat dilihat dari bagaimana DPR memperhatikan kenaikan tarif fasilitas umum. Pada kenyataannya tarif fasilitas umum selalu naik tanpa diimbangi dengan perbaikan kualitas maupun kuantitasnya. Sebagai pihak yang telah dipercaya oleh rakyat ternyata DPR belum bisa menunjukkan perannya dalam mengantisipasi kenaikan yang tidak seimbang ini.

Mengacu pada permasalahan yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah : Mengkaji tingkat kepercayaan publik ter-

hadap Dewan Perwakilan Rakyat dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Peran Komunikasi dalam Membentuk Kepercayaan Publik

The Domino Theory (Anne Gregory, 2000) mengemukakan efek komunikasi dimulai dari disampaikannya suatu pesan kepada khalayak sasaran. Pesan yang sampai akan diserap sehingga nantinya akan terjadi perubahan pada pengetahuan, pemahaman dan persepsinya (*knowledge*), selanjutnya berpengaruh pada sikap/kecenderungan bertindak (*attitude*) dan akhirnya pada perilaku/ tindakannya (*behavior*).

Efek komunikasi dimulai dari disampaikannya pesan atau informasi dari pengirim pesan. Pesan tersebut disampaikan kepada khalayak melalui berbagai saluran, baik melalui media atau kontak personal. Setelah pesan diterima oleh khalayak maka pada dirinya akan terjadi perubahan. Jadi ada perubahan pada sikap khalayak terhadap pesan yang disampaikan. Pengetahuan dapat diperoleh lewat pesan/informasi yang diterima, yaitu melalui aktivitas komunikasinya atau dengan kata lain untuk membentuk sikap dan perilaku yang diharapkan maka khalayak harus diberi informasi yang cukup dan memadai agar pengetahuan yang diperoleh mampu membentuk persepsi yang diinginkan.

Persepsi

Persepsi adalah proses dimana individu menyeleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan stimuli (A.B. Shani et.all, 2009). Persepsi merupakan proses individu yang tergantung pada faktor individu yaitu pada faktor internal seperti keyakinan seseorang, pengalaman, kebutuhan dan harapan.

Persepsi merupakan bagian dari *Information Processing Model*. Ini model

yang menjelaskan sekelompok aktivitas yang dimulai dengan kesadaran akan adanya stimuli, diubah menjadi informasi dan disimpan dalam benak individu.

Kepercayaan

Membangun kepercayaan publik merupakan satu hal yang sangat sulit, namun ketika kepercayaan publik terhadap sesuatu sudah terbentuk maka akan sangat sulit pula untuk dilunturkan. Menurut Tony Cram (2001) dalam bukunya *Consumers That Count* ada tiga faktor yang menyebabkan lunturnya kepercayaan publik terhadap perusahaan, yaitu:

Membeberkan Rahasia/data

Rahasia dan data seseorang/pihak lain merupakan salah satu kunci utama dalam memelihara kepercayaan yang telah diraih. Perusahaan harus menjamin keamanan dalam menyimpan rahasia dan data. Seringkali konsumen menjadi terganggu karena data dirinya diketahui oleh pihak lain.

Tidak Menepati Janji

Janji dan harapan menjadi sangat penting ketika kita mempercayakan sesuatu kepada pihak lain. Janji yang tidak ditepati akan melunturkan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Sebelum menjanjikan sesuatu sebaiknya perusahaan yakin bahwa mereka mampu menepati

Masalah yang Terkait dengan Uang

Masalah yang terkait dengan uang merupakan salah satu perusak kepercayaan terbesar. Perusahaan harus jujur dalam masalah biaya, segala sesuatu tentang perubahan biaya harus diinformasikan agar tidak terjadi salah paham. Kepentingan ekonomis perusahaan jangan sampai mengorbankan pelanggan, misalnya dengan menambahkan pelayanan yang sebenarnya tidak dibutuhkan pelanggan.

Konsep di atas nampaknya tidak jauh beda dengan yang seharusnya

dilakukan oleh lembaga pemerintah seperti DPR. Lembaga pemerintah dibentuk antara lain untuk memberikan pelayanan kepada publik, artinya ada produk yang berupa jasa yang harus disampaikan kepada khalayak, hanya bedanya konsumen perusahaan harus mengeluarkan biaya untuk produk yang diperoleh sedangkan lembaga pemerintah dibayar oleh Negara untuk memberikan pelayanan pada publik. Artinya lembaga Negara seperti DPR untuk menjaga kepercayaan publik juga harus mampu menjaga rahasia/data, selalu menepati janji dan tidak terlibat dalam masalah uang. Apabila ketiga hal tersebut dilanggar maka kepercayaan publik kepada DPR akan luntur.

Pada kenyataannya banyak anggota DPR yang tidak dapat menepati janji-janjinya kepada publik, banyak anggota DPR yang bermasalah dengan uang, korupsi, dapat uang pembebasan tanah, dan uang yang tidak jelas sumber dan peruntukannya. Hal ini ditunjukkan dengan kurang komitmennya para anggota DPR dalam menjalankan tugasnya. Kondisi demikian yang kemudian menurunkan kepercayaan publik pada DPR.

Ada beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk pembentukan kepercayaan publik, yaitu (Tony Charm, 2001 melakukan interaksi yang berkesinambungan, menjalin hubungan dengan berbagai media secara konsisten, kontak Pribadi, akses informasi yang terbuka, memberi masukan yang tidak bias, memberi Perhatian, dan kebersamaan dalam menghadapi masalah, komitmen terhadap komunitas. Kepercayaan tidak muncul tiba-tiba, selain pengalaman pribadi, pemberitaan media massa berpengaruh besar pada pembentukan kepercayaan publik (Aidan dan Smith, 2003).

Metode Penelitian

Metoda penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah metoda pene-

litian kuantitatif. Tipe penelitian yang digunakan eksplanatif yang didesign sebagai penelitian deskriptif korelational. Tipe penelitian ini berusaha menggali lebih dalam setiap fakta dan data yang diperoleh untuk menjawab berbagai permasalahan penelitian. Penelitian ini tidak hanya memaparkan suatu realita sosial tetapi juga berusaha melihat hubungan berbagai variabel yang diteliti. Pengambilan data dilakukan dengan *cross sectional sample survey*. Untuk pengumpulan data primer menggunakan kuesioner.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah rumah tangga di DKI Jakarta. Jumlah sampel sebanyak 30 per kategori responden yang mengacu pada *standart limit theorm*. Metode penarikan sampel menggunakan teknik porposif, yaitu teknik pemilihan sampel karena dianggap mewakili karakteristik tertentu seperti demografi, psikografi dan geografi tertentu.

Mula-mula dipilih secara proposif tiga kelompok masyarakat masing-masing mewakili kelas atas, kelas menengah dan kelas bawah. Selanjutnya dipilih secara *accidental* masing-masing 30 responden, sehingga jumlah sampel seluruhnya 90 rumah tangga.

Metoda Analisis

Data dan fakta yang dihasilkan dari survai kemudian dianalisis secara univariat dan multivariate dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan regresi berganda. Analisis deskriptif diperlukan untuk memberikan gambaran secara deskriptif faktor internal dan eksternal publik secara univariat yang disajikan dengan distribusi frekwensi. Analisis dinferensial dilakukan dengan teknik statistik regresi didasarkan pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi variabel independen, yaitu kepercayaan publik terhadap DPR serta untuk mengetahui

faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik terhadap DPR tersebut.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum instrumen digunakan telah dilakukan uji coba terlebih dahulu di lapangan pada responden yang memiliki ciri-ciri yang relatif sama dengan ciri-ciri responden yang akan dikenai instrumen tersebut. Reliabilitas dilakukan dengan *alpha cronbach's* yang skornya berkisar 0,00 sampai dengan 1,00. Batasan *reliable* tidaknya suatu variable atau dimensi adalah 0,5, sehingga untuk variable atau dimensi yang nilainya berada di bawah 0,5 dikategorikan ke dalam variable atau dimensi yang tidak *reliable*. Pengukuran validitas dilakukan dengan faktor analisis dengan menggunakan skor KMO yang nilainya berkisar antara 0,00 sampai 1,00 dengan batas minimal 0,5. Dengan demikian untuk variable atau dimensi yang memperoleh skor KMO 0,5 layak menggunakan faktor analisis untuk melihat faktor *loading* yang dihasilkan.

Hasil dan Pembahasan Terpaan Televisi

Sebagian besar responden terpaan televisi berkisar 3-4 jam per hari atau 1-2 jam per hari. Lamanya waktu yang digunakan responden untuk menyaksikan televisi mestinya sudah cukup untuk menggali berbagai informasi atau hiburan yang dibutuhkan. Ternyata cukup banyak juga responden yang tidak pernah nonton televisi.

Terpaan Radio

Rata-rata terpaan dari radio 1-2 jam, yaitu sebanyak 42 persen. Dari 90 responden yang diamati ada 42 persennya yang tidak pernah mendengarkan radio. Mungkin karena radio dianggap kurang menarik dibanding televisi. Terpaan radio umumnya diperoleh responden ketika sedang berada di dalam mobil yang banyak

dilakukan oleh kelas atas yang umumnya pulang dan pergi kerja menggunakan mobil pribadi yang dilengkapi dengan fasilitas radio.

Terpaan Surat Kabar

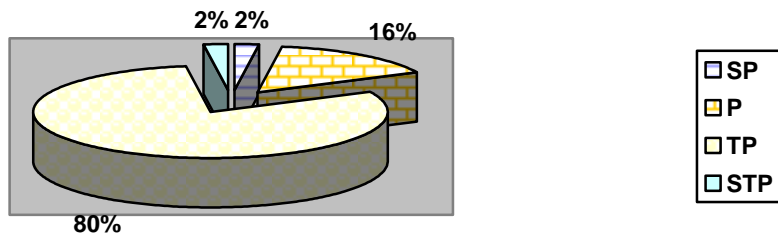
Dari 90 responden yang diamati sebesar 31 persen tidak pernah membaca surat kabar dan yang membaca surat kabar umumnya membaca selama 1 jam per hari. Besarnya responden yang tidak membaca surat kabar lebih besar dibanding yang tidak pernah mendengarkan radio. Hal ini mungkin disebabkan karena surat kabar membutuhkan kepandaian membaca dan memerlukan biaya untuk membelinya. Disisi lain radio memiliki kelebihan dibanding surat

kabar, antara lain karena si pendengar dapat melakukan pekerjaan lain sambil mendengarkan radio dan ini tidak dapat dilakukan pada media surat kabar atau televisi. Bila dilihat dari sebaran per kelompok nampak bahwa pembaca surat kabar terbesar berada pada kelas atas dan sebaliknya yang tidak pernah membaca berada pada kelas bawah.

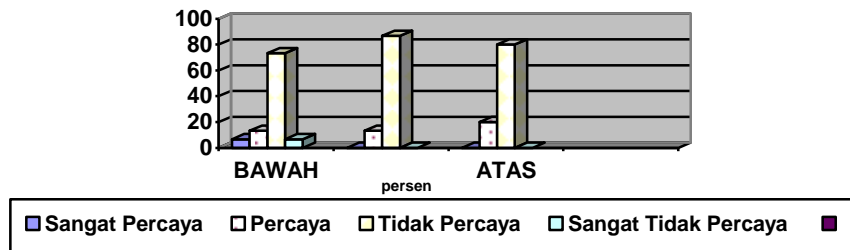
Kepercayaan Publik pada DPR

Kepercayaan masyarakat terhadap pemerintahan dan petinggi negara akan sangat menentukan bagaimana dukungan mereka terhadap berbagai kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Persentase Kepercayaan Publik pada DPR



Persentase Kepercayaan Kepada DPR per Kelompok



Bila dilihat dari penyebarannya juga terlihat bahwa ketidakpercayaan responden pada DPR terjadi pada semua kelompok, baik kelas bawah, kelas menengah maupun kelas atas, masing-masing sekitar 82 persen

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan responden pada DPR

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik terhadap DPR digunakan analisis regresi berganda.

Tabel 1
Summary Pengaruh Antar Variabel Secara Keseluruhan

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|---------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .792(a) | .627 | .590 | 7.081 |

Dari tabel model summary, diperoleh nilai kekuatan pengaruh (R) yang terbentuk antara variable independen terhadap variable dependen adalah sebesar 0,792. Sesuai ketetapan dari Guilford tentang interpretasi kekuatan XY berdasarkan koefisien Peorson menunjukkan bahwa kekuatan pengaruh seluruh variable independent terha-

dap variable dependen adalah kuat dan positif. Dari tabel yang sama dapat dilihat besarnya nilai R square adalah 0,627. Hal ini berarti bahwa variable independen mampu menjelaskan keragaman variable sikap responden terhadap kenaikan tariff kenaikan fasilitas umum sebesar 62,7 persen.

Tabel 1
ANOVA Pengaruh Antar Variabel Secara Keseluruhan

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|---------|
| 1 | Regression | 6824.976 | 8 | 853.122 | 17.015 | .000(a) |
| | Residual | 4061.246 | 81 | 50.139 | | |
| | Total | 10886.222 | 89 | | | |

Dari tabel ANOVA diketahui nilai signifikansinya adalah 0,000, berarti bahwa analisis tersebut telah memenuhi syarat karena di bawah 0,05 sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh yang

terjadi antara variable independent dengan variable dependen. Atau dengan kata lain dari variable independent yang diteliti memang ada yang berpengaruh pada variable dependen.

Tabel 2
Koefisien Variabel Kepercayaan Responden pada DPR yang Signifikan

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.746 | .213 | | 12.897 | .000 |
| * | Hasil Isteri | -.072 | .030 | -.272 | -2.398 | .019 |
| * | Jenis Kelamin | -.183 | .104 | -.184 | -1.749 | .084 |
| * | Terpaan Radio | .164 | .074 | .291 | 2.208 | .030 |
| * | Kenaikan Tarif | -.157 | .061 | -.274 | -2.560 | .012 |

Dari tabel di atas dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. Jenis kelamin. Variabel ini menunjukkan nilai koefisien regresi yang negative artinya kepercayaan laki-laki

- kepada DPR berbeda nyata dengan perempuan. Laki-laki jauh lebih percaya dari pada perempuan.
2. Penghasilan isteri. Koefisien regresi dari variable ini negatif, artinya bahwa semakin tinggi penghasilan isteri kepercayaannya kepada DPR semakin kecil.
 3. Besarnya kenaikan tarif. Koefisien regresinya nyata dan negatif, artinya semakin tinggi persentase kenaikan yang diusulkan maka kepercayaan kepada DPR semakin turun.
 4. Terpaan pada media radio. Koefisien dari variable ini nyata dan positif artinya semakin sering responden mendengarkan radio maka akan semakin tinggi kepercayaannya pada DPR sehingga perlu ada upaya dari pihak DPR untuk membangun citra lewat radio.

Kepercayaan responden pada DPR sangat rendah. Responden yang tidak percaya pada DPR sebanyak 82 persen baik untuk kalangan kelas bawah, kelas menengah maupun kelas atas. Hal ini mungkin disebabkan karena banyaknya berita negative tentang anggota DPR yang muncul di media massa disisi lain terpaan media massa pada responden cukup tinggi, khususnya dari media televisi. Padahal kepercayaan masyarakat terhadap pemerintahan dan DPR akan sangat menentukan bagaimana dukungan mereka terhadap berbagai kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Ditambah dengan komunikasi interpersonal yang mereka lakukan dengan berbagai pihak seperti tetangga, teman atau *opinion leader* yang cenderung juga negatif maka ini akan membawa dampak pada responden. Menurut konsep komunikasi secara interpersonal mampu meyakinkan sasaran dibandingkan komunikasi melalui media massa. Disisi lain mereka sudah punya opini negatif tentang DPR sehingga ketika ada isu negatif tentang DPR maka kepercayaan mereka mudah sekali terakumulasi dan me-

nurut Abelson opini yang sudah mengkristal ini akan sangat sulit untuk diubah.

Persepsi terhadap DPR terjadi ketika stimuli datang melalui penerimaan sensori yang bekerja pada diri individu. Dari sekian banyak stimuli hanya sedikit yang disadari oleh seorang individu. Penyeleksian stimuli ini disebut *self selected*. Faktor penentu disadari tidaknya suatu informasi oleh khalak adalah nilai informasi yang dilihat dari kebutuhan untuk mencapai tujuan individu, intensitas munculnya stimuli dan jenis media yang digunakan. Seperti kita ketahui munculnya stimuli yang berupa berita negatif tentang DPR sangat intensif menerpa publik dengan menggunakan berbagai media seperti televisi, surat kabar atau jenis media yang lain. Hal ini kemudian menimbulkan atensi atau perhatian publik.

Perhatian publik terjadi ketika stimuli aktif diterima melalui sensori dan menghasilkan sensasi tertentu yang dikirim ke otak untuk diproses. Ada tiga kategori yang menentukan apakah suatu informasi akan mengalami proses attention, yaitu faktor stimuli, individu dan situasi. Faktor stimulus merupakan karakteristik fisik stimulus, yaitu ukuran dan intensitas, warna dan gerakan, posisi, format, kontras dan kuantitas informasi yaitu berita negatif tentang DPR.

Faktor individu merupakan karakteristik individu dimana *interest* dan kebutuhan dianggap sebagai faktor utama. *Interest* adalah refleksi keseluruhan gaya hidup sesuai dengan tujuan jangka panjang dan rencana. Faktor individu lainnya adalah kemampuan menaruh perhatian terhadap informasi. Saat ini informasi merupakan salah satu kebutuhan pokok publik, baik yang bersifat positif maupun yang negatif, bahkan ada kecenderungan publik sangat berminat pada berita yang sifatnya negatif.

Faktor lain yang ikut menentukan perhatian publik adalah faktor situasi

merupakan stimuli dari lingkungan daripada stimulus utama seperti iklan dan karakteristik temporer individu yang dipengaruhi lingkungan. Seperti kita ketahui bahwa publik saat ini sedang mengalami banyak tekanan khususnya pada semakin tingginya harga kebutuhan pokok. Harapan mereka adalah pada para wakil rakyat untuk berjuang membela mereka namun hasilnya belum menunjukkan hasil yang nyata. Hal ini kemudian menimbulkan interpretasi tertentu pada publik terhadap DPR.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik pada DPR antara lain adalah jenis kelamin, penghasilan isteri, besarnya kenaikan tarif yang disanggupi dan terpaan radio. Hal ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa kepercayaan laki-laki kepada DPR berbeda nyata dengan perempuan. Laki-laki jauh lebih percaya dari pada perempuan. Hal ini mungkin disebabkan karena perempuan lebih emosional dibandingkan dengan laki-laki
- b. Penghasilan isteri. bahwa semakin tinggi penghasilan isteri kepercayaan-nya kepada DPR semakin kecil.
- c. Besarnya kenaikan tarif. semakin tinggi persentase kenaikan yang diusulkan maka kepercayaan kepada DPR semakin turun.
- d. Terpaan pada media radio. semakin sering responden mendengarkan radio maka akan semakin tinggi kepercayaannya pada DPR sehingga perlu ada upaya dari pihak DPR untuk membangun citra lewat radio.

Besarnya penghasilan suami tidak berpengaruh signifikan pada kepercayaan publik. Demikian juga dengan terpaan surat kabar atau pihak lain. Menurut Gerungan, ada dua faktor yang berperan besar dalam pembentukan dan perubahan sikap/persepsi seseorang, yaitu faktor di luar diri seseorang, yang diperoleh melalui interaksi

kelompok dan alat komunikasi serta faktor di dalam diri seseorang yang merupakan kemampuan preferensinya sendiri atau minat perhatiannya untuk menerima dan mengolah pengaruh dari luar. Dari hasil penelitian terlihat bahwa faktor di luar diri responden yang berpengaruh pada kepercayaan mereka terhadap DPR adalah alat komunikasi, khususnya radio. Sedangkan faktor di dalam diri responden yang berpengaruh adalah jenis kelamin, penghasilan isteri serta kesanggupan mereka dalam membayar besarnya kenaikan tarif.

Untuk mengubah persepai atau kepercayaan publik pada DPR dapat dilakukan dengan komunikasi yang efektif sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Lasswell bahwa tujuan komunikasi adalah (1) saling membagi pengetahuan; (2) mendidik, melatih dan menciptakan proses sosialisasi; (3) menghibur masyarakat dan (4) menciptakan kesepakatan pengambilan keputusan dan menggalang persatuan. Apabila pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi negatif berarti juga membagi pengetahuan yang negatif kepada khalayak, mendidik, melatih dan menciptakan proses sosialisasi terhadap pesan negatif dan akhirnya menciptakan satu kesepakatan bahwa DPR itu negatif, sehingga menciptakan kepercayaan yang negatif pula. Melihat interpretasi di atas maka untuk menciptakan kepercayaan publik pada DPR maka berita-berita tentang DPR yang muncul di media massa haruslah bersifat positif.

Berita negatif tentang DPR pada kenyataannya lebih banyak muncul di media televisi atau surat kabar sehingga penggunaan media ini untuk membangun kepercayaan publik pada DPR menjadi kurang efektif. Kalau media ini tetap akan digunakan mengingat kelebihan-kelebihan yang dimiliki, misalnya televisi mampu menayangkan gambar dan suara sekaligus dan surat kabar bisa dibaca berulang-ulang maka berita positif yang dimunculkan

harus seimbang dengan berita negatif yang muncul dan ini memerlukan upaya yang luar biasa. Sebaliknya penggunaan radio masih efektif untuk membangun kepercayaan publik pada DPR mengingat berita negatif di radio tidak segenyar berita di televisi atau surat kabar.

Kesimpulan

Dari analisis data dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: 1. Kepercayaan responden pada DPR sangat rendah. Responden yang tidak percaya pada DPR sebanyak 82 persen baik untuk kalangan kelas bawah, kelas menengah maupun kelas atas, 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik pada DPR antara lain adalah jenis kelamin, penghasilan isteri, besarnya kenaikan tarif yang disanggupi dan terpaan radio. Sedangkan besarnya penghasilan suami, terpaan surat kabar dan pihak lain tidak berpengaruh signifikan pada kepercayaan publik terhadap DPR. Mengingat rendahnya tingkat kepercayaan publik pada DPR maka perlu dilakukan upaya khusus untuk meningkatkan kepercayaan tersebut. Hal-hal yang dapat dilakukan antara lain: 1. Mengubah sikap dan perilaku DPR ke arah yang positif, mengingat DPR adalah sumber berita yang memiliki *newsvalue*. 2. Menyeimbangkan berita-berita negatif yang muncul di media massa dengan berita-berita yang positif, misalnya melalui media relations (*media release, media tours, konferensi media, dsb*). 3. Perempuan dengan penghasilan tinggi sangat mempengaruhi kepercayaan publik pada DPR, maka sebaiknya DPR lebih memperhatikan pihak perempuan, khususnya mereka yang bekerja sebagai khalayak/*reciever* dalam membangun kepercayaan publik. 4. Untuk membangun kepercayaan publik terhadap DPR sebaiknya lebih banyak menggunakan radio mengingat radio masih besar pengaruhnya dalam meningkatkan kepercayaan publik pada DPR. Radio saat ini sangat diminati khususnya bagi mereka yang bekerja

dan menggunakan radio sebagai sumber informasi ketika mereka menuju ke tempat kerja. 5. Mereka yang berpenghasilan tinggi cenderung mampu mengatasi kenaikan berbagai tarif yang diusulkan pemerintah dan kelompok ini sangat berpengaruh dalam membangun kepercayaan publik pada DPR, sehingga mereka dapat dijadikan sasaran utama dalam upaya membangun kembali kepercayaan publik pada DPR.

Daftar Pustaka

- Cram, Tony, "*Consumers That Count*", Pearson Education, London, 2001.
- Cutlip, Scott M, et.al, "*Effective Public Relations*", Eighth Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2000.
- Daymon, Christine et.al, "*Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communication*", Printed in Malta, 2001.
- Doty, Dorothy I, "*Publicity and Public Relations*", Barrons Business Library, New York, 1990.
- Duncan, Tom, "*IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*", Mc Graw Hill, New York, 2003.
- Gregory, Anne, "*The Art and science of Public Relations: Public Relations in Practice*", The Institute of Public Relations, Crest Publishing House, New Delhi, 2000.
- Neuman, William Lawrence, "*Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*",

(5th ed), Pearson Education, Inc,
USA, 2003.

Shani, A. B, et.al, “*Behavior in Organizations “An Experiential Approach”*”. International Edition. Mc Graw-Hill/Irwin. New York, 2009.

Ward, Aidan and John Smith, “*Trust and Mistrust*”, John Wiley and Sons, UK, 2003.