

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan Yayasan An-Nur Purbalingga dalam mempertahankan kredibilitasnya pasca wafatnya K.H. Supono, figur utama yang membangun reputasi yayasan. Penelitian ini menggunakan teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Theory*) oleh Hovland, yang melibatkan tiga aspek utama: keahlian (*expertise*), keterpercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yayasan berhasil mempertahankan kredibilitasnya dengan berbagai strategi komunikasi, seperti memastikan kompetensi petugas dalam menjalankan tugas rehabilitasi, menjaga keterbukaan dan kejujuran dalam komunikasi dengan keluarga pasien, serta mengutamakan pendekatan spiritual melalui terapi ruqyah, mandi malam, dan pembacaan doa. Pendekatan spiritual ini menjadi daya tarik utama yayasan yang membedakannya dari lembaga rehabilitasi lainnya. Penelitian ini sejalan dengan teori Kredibilitas Sumber, yang menekankan pentingnya keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik dalam membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Temuan ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi komunikasi organisasi berbasis layanan sosial dan kesehatan mental.

Kata kunci: Strategi komunikasi, teori kredibilitas sumber, keahlian, keterpercayaan, daya tarik.

ABSTRACT

This research aims to analyze the communication strategies implemented by the An-Nur Foundation Purbalingga in maintaining its credibility after the death of K.H. Supono, the main figure who built the foundation's reputation. This research uses Hovland's Source Credibility Theory, which involves three main aspects: expertise, trustworthiness, and attractiveness. The research method is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, non-participant observation and documentation. The research results show that the foundation has succeeded in maintaining its credibility with various communication strategies, such as ensuring the competence of officers in carrying out rehabilitation tasks, maintaining openness and honesty in communication with patient families, and prioritizing a spiritual approach through ruqyah therapy, evening baths and prayer reading. This spiritual approach is the main attraction of the foundation which differentiates it from other rehabilitation institutions. This research is in line with the Source Credibility theory, which emphasizes the importance of expertise, trustworthiness, and attractiveness in building strong relationships with audiences. These findings provide a practical contribution to the development of social services and mental health-based organizational communication strategies.

Keywords: Communication strategy, theory of source credibility, expertise, trustworthiness, attractiveness.