

Hubungan antara Kredibilitas Kandidat Presiden dengan Sikap Pemilih Pemula

Relationship Between The Presidential Credibility With The Beginner Election Attitude

¹Novianti, ²M. E. Fuady

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung*

Jl. Taman Sari No. 1 Bandung 40116

Email : ¹Noviantisep14@gmail.com, ²Mefuady1@gmail.com

Abstract. General Election is one indicator that the country's democracy has been going well. General elections are a means of implementing the sovereignty of the Indonesian people every 5 years. For politicians, having skills verbally is the main requirement to be able to attract the sympathy of his listeners if he campaigns, express thoughts well and be able to persuade people who are expected to support him as a presidential candidate. The purpose of this study was to determine the relationship between credibility and the attitude of the novice voters in the city of Bandung. The research method used is quantitative research with a correlational approach. The results of the study concluded that there was a relationship between the credibility of presidential candidates 01 Ir. H Joko Widodo with the attitude of beginner voters. From inferential analysis can be seen between the credibility (X) of presidential candidates with the attitude (Y) of the beginner voters have a strong relationship. Because of the positive correlation value, it means that if the credibility in a candidate is good then the attitude of the beginner voters will also be good, that is the beginner voters will choose a presidential candidate who has good credibility.

Keywords : Credibility, communicator, presidential candidates, attitude of beginner voters

Abstrak. Pemilihan Umum menjadi salah satu indikator bahwa demokrasi negara telah berjalan dengan baik. Pemilihan umum merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat Indonesia setiap 5 tahun. Bagi politisi, memiliki keterampilan secara lisan merupakan persyaratan utama untuk mampu menarik simpati pendengarnya jika ia berkampanye, mengemukakan pikiran-pikiran dengan baik serta mampu melakukan persuasi kepada orang-orang yang diharapkan memberi dukungan kepada dirinya sebagai kandidat presiden. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kredibilitas dengan sikap pemilih pemula di kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kredibilitas kandidat presiden 01 Ir. H Joko Widodo dengan sikap pemilih pemula. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara Kredibilitas (X) kandidat presiden dengan Sikap (Y) pemilih pemula memiliki hubungan yang kuat. Karena nilai korelasi positif, artinya jika kredibilitas yang ada di dalam diri seorang kandidat baik maka sikap pemilih pemula akan juga akan baik, yaitu pemilih pemula akan memilih kandidat presiden yang mempunyai kredibilitas yang baik.

Kata Kunci: kredibilitas, komunikator, kandidat presiden, sikap pemilih pemula.

A. Pendahuluan

Pemilihan Umum menjadi salah satu indikator bahwa demokrasi negara telah berjalan dengan baik. Mewujudkan demokrasi yang berjalan baik dalam kehidupan berbangsa dan bernegara tentunya diharapkan dengan adanya partisipasi politik dari warga negara. Salah satu bentuk nyata dukungan masyarakat terhadap suatu pihak atau golongan adalah melalui pemilihan umum (Pemilu). Dalam pemilu, para kandidat berlomba-lomba memperoleh suara rakyat untuk bisa

menduduki jabatan tertentu dalam pemerintahan.

Indonesia mengadakan pemilihan umum Presiden pada 17 April 2019. Ada seratus sembilan puluh enam koma lima juta pemilih dalam pemilu dari jumlah tersebut ada tujuh koma empat persen dan empat belas juta pemilih merupakan generasi muda atau sebagai pemilih pemula yang memiliki hak pilih untuk pertama kalinya.

Komunikasi dalam kegiatan ini berperan penting untuk mempersuasi

masyarakat. Kandidat presiden harus menaruh perhatian lebih terhadap pemilih pemula atau mereka yang berusia tujuh belas sampai dua puluh empat tahun. Pemilih pemula dalam pemilu sangat penting karena akan sangat berpengaruh saat pilpres berlangsung. Komunikasi dalam kegiatan ini harus diikuti setiap kandidat karena akan menimbulkan persepsi pemilih pemula terhadap setiap kandidat. Salah satu komunikasi yang dilakukan adalah kampanye.

Salah satu bentuk pesan yang disampaikan adalah dengan melakukan sebuah kampanye. Komunikasi yang baik menjadi syarat penting bagi kandidat presiden untuk menarik perhatian masyarakat. Kepemimpinan mereka sebagai tokoh nasional diuji dari komunikasinya saat berhadapan dengan masyarakat. Bagi politisi, memiliki keterampilan secara lisan merupakan persyaratan utama untuk mampu menarik simpati pendengarnya jika ia berkampanye, mengemukakan pikiran-pikiran dengan baik serta mampu melakukan persuasi kepada orang-orang yang diharapkan memberi dukungan kepada dirinya sebagai kandidat atau kepala partai yang akan mengusungnya.

Kandidat presiden tidak bisa lepas dari media massa. Media sangat berpengaruh pada diri setiap kandidat presiden. Melalui media khalayak mengenal wajah dan latar belakang kandidat presiden. Bahkan juga anak-anak yang belum punya hak pilih banyak mengetahui tentang kandidat presiden yang diekspos oleh media. Rebecca (1979) menemukan bahwa liputan yang dilakukan secara terus menerus oleh media cukup akurat untuk meningkatkan pengetahuan pemilih pada kandidat presiden. Seorang pemilih yang mengetahui banyak tahu tentang calon yang mereka idolakan melalui media. Media

bisa tampil untuk mengambil keputusan dengan mengekspose masalah-masalah yang perlu dipikirkan oleh masyarakat. Misalnya bagaimana media menggairahkan orang agar tertarik menggunakan hak pilihnya dalam pemilu.

Kredibilitas adalah faktor utama yang menjadi tolak ukur penilaian seluruh masyarakat atau pemilih pemula terhadap kandidat presiden No 1. Terdapat beberapa unsur didalam kredibilitas, antara lain, keahlian, kepercayaan, dinamisme, sosiabilitas, koorientasi, dan karisma (Koehler, Annatol, Applbaum, 1978:144-147). Seluruh aspek yang mempengaruhi sikap pemilih pemula itu akan menjadi suatu tindakan dimana pemilih pemula sudah memiliki keputusan dan keyakinannya sendiri terkait siapa yang akan mereka pilih. Inilah yang disebut dengan kognisi, afeksi, dan konasi. (Rakhmat (2012: 12).

Berdasarkan uraian dari permasalahan, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Hubungan antara Kredibilitas kandidat Presiden dengan Sikap Pemilih Pemula”**.

B. Landasan Teori

Kredibilitas sering dikaitkan dengan sesuatu yang menyangkut nama baik, reputasi, kehormatan dan keberadaan sebuah lembaga atau seorang sosok yang menonjol diantara komunitasnya, dimana hal tersebut akan dipandang sebagai sebuah nilai jual yang memiliki nilai positif dan selalu menjadi nilai lebih bagi pemiliknya.

Kredibilitas itu masalah persepsi, kredibilitas berubah bergantung pada pelaku persepsi (komunikate), topik yang dibahas, dan situasi. Kredibilitas tidak ada pada diri komunikator, tetapi terletak pada persepsi komunikate. Karena itu, ia dapat berubah atau diubah, dapat

terjadi atau dijadikan. Andersen (1972;82) Hal-hal yang mempengaruhi persepsi komunikate tentang komunikator sebelum ia berlakukan komunikasinya disebut *prior ethos*. Sumber komunikasi memperoleh *prior ethos* karena berbagai hal. Kita membentuk gambaran tentang diri komunikator dari pengalaman langsung dengan komunikator itu atau dari pengalaman wakilan (*vicarious experiences*).

Menurut Jalaludin Rakhmat (2005;260) komponen-komponen kredibilitas adalah (1) Keahlian, adalah kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dengan hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang tinggi pada keahliannya dianggap cerdas, mampu, ahli, berpengalaman, dan terlatih. (2) Kepercayaan, adalah kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya (Jujur atau tidak jujur, tulus atau lancung, dan sebagainya). Aristoteles menyebutnya "*good moral character*", sedang Quintillianus menyebutnya "*a good man speaks well*".

Sedangkan menurut Koehler, Annatol, dan Applbaum (Rakhmat 2012;257) komponen kredibilitas itu ditambah lagi dengan (1) Dinamisme, berkenaan dengan cara berkomunikasi, bergairah, bersemangat, aktif, tegas, dan berani. Dinamisme memperkokoh kesan keahlian dan kepercayaan; (2) Sosiabilitas, adalah kesan komunikan tentang komunikator sebagai orang yang periang dan suka bergaul; (3) Koorientasi, adalah kesan komunikan tentang komunikator sebagai orang yang mewakili kelompok dan nilai-nilai dari komunikan; (4) Karisma, menunjukkan suatu sifat luar biasa yang dimiliki komunikator." Dengan kredibilitas yang terdapat di dalam diri kandidat presiden No. 01, pasti akan berpengaruh pada sikap memilih bagi

pemilih pemula.

Dengan menonjolkan isu, citra dan karakteristik tertentu kandidat presiden, media ikut memberikan sumbangan yang signifikan dalam melakukan konstruksi persepsi publik dalam pengambilan keputusan, apakah akan ikut memilih, dan siapa yang akan dipilih. McComb mencontohkan bahwa dalam kondisi tertentu masyarakat biasanya bersifat vakum dan statis. Dalam kondisi seperti ini media bisa tampil untuk mengambil keputusan dengan mengekspose masalah-masalah yang perlu dipikirkan oleh masyarakat. Misalnya bagaimana media menggairahkan orang agar tertarik menggunakan hak pilihnya dalam pemilu.

Media tidak saja bergantung pada berita kejadian (*news event*), tetapi ia memiliki tanggung jawab untuk menggiring orang melalui agenda-agenda yang bisa membuka pikiran mereka. Seperti yang dikatakan McComb "*The mass media may not be successful in telling people what to think, but the media are stunningly successful in telling their audience what to think about.*" Dengan media memudahkan khalayak untuk menilai kredibilitas kandidat presiden. Rebecca (1979) menemukan bahwa liputan yng dilakukan secara terus menerus oleh media cukup akurat untuk meningkatkan pengetahuan pemilih pada kandidat presiden. Seorang pemilih yang mengetahui banyak tahu tentang calon yang mereka idolakan melalui media.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada penelitian ini, peneliti melakukan analisis korelasi dengan menggunakan aplikasi statistik spss 22.0 lalu didapatkan koefisien korelasi dan juga nilai signifikan. Selanjutnya peneliti akan membahas identifikasi masalah yang telah peneliti jabarkan

sebelumnya, berdasarkan dari tinjauan teori yang digunakan dalam melakukan penelitian ini. Sehingga dapat diperoleh hasil yang lebih terperinci sebagai berikut: Responden pada penelitian ini yaitu pemilih pemula yang berada di kota Bandung. Pemilih Pemula adalah pemilih-pemilih yang baru pertama kali akan memberikan suaranya dalam Pemilu. Pemilih pemula terdiri dari masyarakat yang telah memenuhi syarat untuk memilih. Sebagaimana merujuk pada analisis identitas, dapat dilihat jenis kelamin yang mendominasi pemilih pemula dalam penelitian ini adalah perempuan dengan jumlah 61 (62,89%) responden dan laki-laki 36 (37,11%). Dari 97 responden yang dijadikan sampel dapat dilihat identitas berdasarkan jenis kelaminnya. Selisih antara keduanya sangatlah jauh, mayoritas responden yang mengisi angket penelitian ini adalah perempuan. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki jenis kelamin perempuan lebih banyak dibanding laki-laki, ini berpengaruh dalam presentase jenis kelamin responden dalam penelitian.

Dari hasil penyebaran angket dapat dilihat bahwa usia responden pemilih pemula yang mendominasi dalam penelitian ini berkisar antara 17-21 tahun dengan jumlah responden 75 (77,32%) dan dengan umur 22-26 tahun dengan jumlah 22 (22,68%). Jika dilihat dari kategori usia, dengan mayoritas pemilih pemula umur 17-21 tahun dikarenakan dalam usia tersebut ia sudah dapat berpartisipasi dalam pemilihan umum presiden 2019. Dari 97 orang responden yang dijadikan sampel pendapatan perbulan responden pemilih pemula mayoritas adalah Rp. 500.000.00 – Rp. 1.000.000.00 dengan pendapatan sebanyak itu pemilih pemula yang ada di kelurahan cipedes merupakan pemilih pemilih pemula yang memiliki pendapatan kelas

bawah. Agama yang dianut responden pemilih pemula dalam penelitian ini adalah beraga islam dengan jumlah responden 97 (100%) orang responden. Dari hasil penyebaran angket bisa dilihat responden pemilih pemula yang mengisi angket penelitian ini seluruh responden mengikuti pemilihan umum presiden 2019 dengan jumlah responden 97 (100%). Pemilih pemula yang memilih Ir. H. Joko Widodo sebanyak 56 (57,73%) berbeda tipis dengan yang tidak memilih Ir. H. Joko Widodo yaitu sebanyak 41 (42,27%). Dengan hasil tersebut dapat dilihat bahwa lebih banyak responden pemilih pemula memilih Ir. H. Joko Widodo dibandingkan Letnan Jenderal H. Prabowo Subianto Djojohadikusumo.

Peneliti menentukan sampel responden menggunakan *Metode Multi Stage Cluster Sampling*, yaitu “pengambilan sampel yang dilakukan melalui tahap-tahap tertentu. Responden yang akan menjadi bahan penelitian adalah, seluruh pemilih pemula yang terdaftar bertempat tinggal di Kota Madya Bandung. Kota Madya Bandung terbagi menjadi 5 bagian yaitu Bandung Tengah, Bandung Utara, Bandung Selatan, Bandung Timur dan Bandung Barat yang memiliki sejumlah 23 kecamatan. Kemudian dari jumlah tersebut diundi secara random untuk memilih kecamatan. Dari hasil random didapatkan kecamatan Sukajadi sebagai bagian dari penelitian. Kecamatan Sukajadi memiliki sejumlah 5 kelurahan yang terdiri dari kelurahan Cipedes, Pasteur, Sukabungah, Sukagalih dan Sukawarna, dari jumlah ini kemudian diundi secara random untuk menentukan kelurahan yang menjadi bagian penelitian, maka terpilih kelurahan Cipedes. Setelah melakukan pengundian dari kluster terbesar sampai ke yang terkecil, didapat

sampel pada penelitian ini dengan mengambil 10% dari jumlah total pemilih pemula yang ada di kelurahan cipedes. Pemilih pemula yang terdapat di kelurahan cipedes sejumlah 2.729 orang, metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin.

Untuk melihat sejauh mana hubungan antara kredibilitas kandidat presiden dengan sikap pemilih pemula, peneliti menggunakan analisa data dengan koefisien korelasi rank sperman (R_s) yang menjelaskan hubungan antara variabel kredibilitas (X) dengan sikap (Y) yaitu : Hasil korelasi antara kredibilitas kandidat presiden dengan sikap pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.844. Nilai korelasi sebesar 0.844 menunjukkan **hubungan yang kuat** antara kredibilitas kandidat presiden dengan sikap pemilih pemula. Karena nilai korelasi positif, artinya jika kredibilitas yang ada di dalam diri seorang kandidat baik maka sikap pemilih pemula akan juga akan baik, yaitu pemilih pemula akan memilih kandidat presiden yang mempunyai kredibilitas yang baik. Diperoleh nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, maka hasilnya **H_0 ditolak**. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kredibilitas kandidat presiden dengan sikap pemilih pemula.

Hubungan antara Keahlian kendidat presiden (X_1) dengan Kognitif pemilih pemula (Y_1) Hasil korelasi antara keahlian kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.402. menunjukkan **hubungan yang cukup berarti** antara keahlian kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula. **Hubungan antara Keahlian kendidat presiden (X_1) dengan Afektif pemilih pemula (Y_1)** Hasil korelasi antara keahlian kandidat presiden dengan kognitif pemilih

pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.532 menunjukkan **hubungan yang cukup berarti** antara keahlian kandidat presiden dengan afektif pemilih pemula. **Hubungan antara Keahlian kendidat presiden (X_1) dengan Konatif pemilih pemula (Y_1)** Hasil korelasi antara keahlian kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.440. menunjukkan **hubungan yang cukup berarti** antara keahlian kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula. **Hubungan antara Kepercayaan kendidat presiden (X_2) dengan Kognitif pemilih pemula (Y_1)** Hasil korelasi antara kepercayaan kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.734. menunjukkan **hubungan yang kuat** antara kepercayaan kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula. **Hubungan antara Kepercayaan kendidat presiden (X_2) dengan Afektif pemilih pemula (Y_2)** Hasil korelasi antara kepercayaan kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.584 menunjukkan **hubungan yang cukup berarti** antara kepercayaan kandidat presiden dengan afektif pemilih pemula. **Hubungan antara Kpercayaan kendidat presiden (X_1) dengan Konatif pemilih pemula (Y_3)** Hasil korelasi antara kepercayaan kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.765 menunjukkan **hubungan yang kuat** antara kepercayaan kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula. **Hubungan antara Dinamisme kendidat presiden (X_3) dengan Kognitif pemilih pemula (Y_1)** Hasil korelasi antara dinamisme kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.648 menunjukkan **hubungan yang cukup berarti** antara dinamisme

kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula. **Hubungan antara Dinamisme kendidat presiden (X₃) dengan Afektif pemilih pemula (Y₂)** Hasil korelasi antara dinamisme kandidat presiden dengan afektif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.632 menunjukkan **hubungan yang cukup berarti** antara dinamisme kandidat presiden dengan afektif pemilih pemula. **Hubungan antara Dinamisme kendidat presiden (X₃) dengan Konatif pemilih pemula (Y₃)** Hasil korelasi antara dinamisme kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.701 menunjukkan **hubungan yang kuat** antara dinamisme kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula. **Hubungan antara Sosiabilitas kendidat presiden (X₄) dengan Kognitif pemilih pemula (Y₁)** Hasil korelasi antara sosiabilitas kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.345 menunjukkan **hubungan yang rendah tapi pasti** antara sosiabilitas kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula. **Hubungan antara Sosiabilitas kendidat presiden (X₄) dengan Afektif pemilih pemula (Y₂)** Hasil korelasi antara sosiabilitas kandidat presiden dengan afektif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.600. menunjukkan **hubungan yang cukup berarti** antara dinamisme kandidat presiden dengan afektif pemilih pemula. **Hubungan antara Sosiabilitas kendidat presiden (X₄) dengan Konatif pemilih pemula (Y₃)** Hasil korelasi antara sosiabilitas kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.270 menunjukkan **hubungan yang rendah tapi pasti** antara sosiabilitas kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula. **Hubungan antara Koorientasi kendidat presiden (X₅)**

dengan Kognitif pemilih pemula (Y₁) Hasil korelasi antara koorientasi kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.212. Nilai korelasi sebesar 0.212 menunjukkan **hubungan yang rendah tapi pasti** antara koorientasi kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula. **Hubungan antara Koorientasi kendidat presiden (X₅) dengan Afektif pemilih pemula (Y₂)** Hasil korelasi antara koorientasi kandidat presiden dengan afektif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.734. Nilai korelasi sebesar 0.734 menunjukkan **hubungan yang kuat** antara koorientasi kandidat presiden dengan afektif pemilih pemula. **Hubungan antara Koorientasi kendidat presiden (X₅) dengan Konatif pemilih pemula (Y₃)** Hasil korelasi antara koorientasi kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.428. Nilai korelasi sebesar 0.428 menunjukkan **hubungan yang rendah tapi pasti** antara koorientasi kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula. **Hubungan antara Karisma kendidat presiden (X₆) dengan Kognitif pemilih pemula (Y₁)** Hasil korelasi antara karisma kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.230. Nilai korelasi sebesar 0.230 menunjukkan **hubungan yang rendah tapi pasti** antara karisma kandidat presiden dengan kognitif pemilih pemula. **Hubungan antara Karisma kendidat presiden (X₆) dengan Afektif pemilih pemula (Y₂)** Hasil korelasi antara karisma kandidat presiden dengan afektif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.453. Nilai korelasi sebesar 0.453 menunjukkan **hubungan yang cukup berarti** antara karisma kandidat presiden dengan afektif pemilih pemula. **Hubungan antara Karisma**

kenditad presiden (X₆) dengan Konatif pemilih pemula (Y₃) Hasil korelasi antara karisma kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula didapat nilai korelasi sebesar 0.355. Nilai korelasi sebesar 0.355 menunjukkan **hubungan yang rendah tapi pasti** antara karisma kandidat presiden dengan konatif pemilih pemula.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hubungan kredibilitas kandidat presiden dengan sikap pemilih pemula berbeda-beda menurut para partisipan berdasarkan tinggi rendahnya, namun kredibilitas kandidat presiden berpengaruh terhadap sikap responden tentang persepsi, kredibilitas atau kecenderungan perilaku memilih.

D. Kesimpulan

Sesuai dengan maksud dan tujuan dari penelitian ini, yaitu mengetahui bagaimana hubungan antara kredibilitas kandidat presiden dengan sikap pemilih pemula. Penelitian ini juga untuk mengetahui penilaian pemilih pemula kota Bandung terhadap kredibilitas komunikator atau kandidat presiden. Kredibilitas komunikator meliputi keahlian, kepercayaan, dinamisme sosiabilitas, koorientasi dan karisma. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, melalui beberapa tahap pengujian statistik, dan studi kepustakaan dalam menyelesaikan masalah yang dibahas. Maka dapat diambil kesimpulan dari hasil analisis data statistik pengujian hipotesis, yaitu:

Penelitian mengenai hubungan kredibilitas kandidat presiden 01 Ir. H Joko Widodo dengan sikap pemilih pemula di kota Bandung. Bertitik-tolak dari permasalahan yang telah dikemukakan maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut : Kredibilitas komunikator meliputi keahlian, kepercayaan, dinamisme,

sosiabilitas, koorientasi dan karisma. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Ir. H Joko Widodo mendapatkan penilaian keahlian yang baik sebagai kandidat presiden, mayoritas responden memiliki kepercayaan terhadap Ir. H Joko Widodo sebagai kandidat presiden, dan mayoritas responden merasa bahwa Ir. H Joko Widodo memiliki dinamisme yang positif, mayoritas responden juga merasa bahwa Ir. H Joko Widodo memiliki sosiabilitas yang baik sebagai kandidat presiden, mayoritas responden juga merasa bahwa Ir. H Joko Widodo memiliki koorientasi yang dapat mewakili masyarakat, dan mayoritas responden merasa bahwa Ir. H Joko Widodo memiliki karisma untuk menarik dan mendorong masyarakat sebagai kandidat presiden.

Hasil penelitian ini juga merekomendasikan beberapa hal penting yaitu bagi para kandidat untuk dapat membentuk kredibilitas diri yang baik sehingga hal tersebut dapat menjadi modal utama untuk menarik hati publik dalam pemilihan kandidat presiden. Penelitian serupa tentang kredibilitas seorang kandidat presiden terus digalakan untuk mengetahui sejak dini respon dan penilaian masyarakat terhadap kandidat presiden.

E. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran antara lain:

1. Peneliti menyarankan kepada para kandidat presiden untuk meningkatkan kredibilitas.
2. Peneliti menyarankan kepada Ir. H. Joko Widodo untuk menunjukkan keahlian, kepercayaan, dinamisme, sosiabilitas, koorientasi dan karismanya kepada khalayak. Sehingga penilaian khalayak terhadap kredibilitas kandidat

presiden tinggi dan khalayak mau mendengarkan, mempercayai apa yang disampaikan serta lebih mudah untuk dipersuasi.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan variabel yang lebih banyak atau melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda sebagai perbandingan.

Daftar Pustaka

- Kartono, Kartini. 1994. *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: CV. Raja wali.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Komunikasi Politik Hubungan Antara Khalayak dan Efek, Sebuah Pengantar Dalam Dan Nimmo, Komunikasi Khalayak dan Efek, terj. Jalaluddin Rakhmat*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Surbakti, Ramlan. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Venus, Antar. 2004. *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengaktifkan kampanye komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wahid, Umaimah. 2016. *Komunikasi Politik Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Budiardjo, Mariam. 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, Hafied. 2016. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Huntington, Samuel P. dan Joan M. Nelson. 1994. *Partisipasi Politik di Negara*

Berkembang. Penerjemah Sahat Simamora. Jakarta: Rineka Cipta