

Persepsi Kredibilitas Jokowi dalam Tayangan Debat Pilpres 2019

Mohammad Fauzan Ari Bagus, Zulfebriges
Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia

mohammadfauzanaribagus@gmail.com, zulfebrigez@gmail.com

Abstract—The presidential election which was held on 17 April 2019 in which there were presidential candidates who submitted themselves as presidential candidates namely Jokowi and Prabowo. In proving leadership, the KPU provides a media in which later the two presidential pairs compete in one place or commonly called a presidential debate which aims to ensure the voters so that they know the credibility of presidential candidates. The purpose of this study is, first, to find out Jokowi's expertise in 2019 presidential election debates. Second, to determine Jokowi's trust in 2019 presidential election debates. Finally, to find out Jokowi's appeal in 2019 presidential election debates. Researchers used quantitative research methods, with an approach descriptive, the researchers made 2019 FIKOM students a sample. The results showed, Jokowi's credibility in the aspect of expertise was considered good because the percentage of the answers to the three indicators of Jokowi's credibility was above 50%, Jokowi was judged as a communicator who had an appeal in delivering arguments in the 2019 (second) presidential election debate.

Keywords— *Credibility, Jokowi, Debate*

Abstrak—Pemilihan presiden yang sudah diselenggarakan pada tanggal 17 April 2019 yang dimana terdapat dua pasangan calon presiden yang mengajukan diri sebagai calon presiden yaitu Jokowi dan Prabowo. Dalam membuktikan kepemimpinan, KPU menyediakan media yang dimana nantinya kedua paslon presiden tersebut berada argumentasi dalam satu tempat atau biasanya disebut debat pilpres yang tujuannya untuk memastikan para calon pemilih agar mereka mengetahui kredibilitas kedua pasangan calon presiden tersebut. Tujuan penelitian ini adalah, pertama, untuk mengetahui keahlian Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019. Kedua, untuk mengetahui keterpercayaan Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019. Terakhir, untuk mengetahui daya tarik Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif, peneliti menjadikan mahasiswa FIKOM 2019 sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan, kredibilitas Jokowi dalam aspek keahlian dinilai baik dikarenakan persentase jawaban ketiga indikator kredibilitas Jokowi berada diatas 50% , Jokowi dinilai sebagai komunikator yang memiliki daya tarik dalam menyampaikan argumentasi dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua).

Kata Kunci— *Kredibilitas, Jokowi, Tayangan Debat*

I. PENDAHULUAN

Komunikasi politik adalah objek kajian ilmu politik karena pesan – pesan yang diungkapkan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan

kekuasaan politik negara, pemerintahan, dan juga aktivitas komunikator dalam sebagai pelaku kegiatan politik. Komunikasi sangat berkaitan dengan unsur – unsur politik salah satunya dalam penyelenggaraan kampanye calon presiden 2019 ini.

Berdasarkan Peraturan KPU (PKPU) Nomor 5 Tahun 2018 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu 2019, masa pendaftaran akan berlangsung selama tujuh hari, yaitu 4-10 Agustus 2018. Pengamatan Kompas.com di Kantor KPU, Jakarta pada Sabtu pagi, sejumlah orang sedang memasang tenda yang akan digunakan sebagai tempat menampung para pendukung pasangan capres-cawapres. Para polisi juga tampak bersiap untuk mengamankan lokasi. KPU telah menggelar rapat koordinasi teknis pendaftaran bersama perwakilan partai politik peserta pemilu 2019 di Gedung KPU, Jakarta, Jumat (3/8/2018).

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat - sifat komunikator. Dalam hal ini terkandung dua hal: pertama kredibilitas merupakan persepsi khalayak, jadi tidak inhere dalam diri komunikator, kedua kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator [1]. Kredibilitas merupakan faktor penting dalam kriteria presiden. Kredibilitas berkaitan erat dengan cara kerja dengan menggunakan pikiran yang berhubungan dengan pengetahuan, keahlian, keterpercayaan, serta daya tarik komunikator saat debat berlangsung. Dalam debat yang sangat berpengaruh adalah disaat komunikator menyampaikan pendapat untuk memaparkan pengetahuan yang dimilikinya. Fakta yang diberikan saat debat dapat memberikan efek positif untuk membangun keterpercayaan khalayak saat pemilu berlangsung. Terakhir, dalam berpenampilan komunikator harus sangat memperhatikan apa yang dipakai, dan apa yang diucapkan karena hal itu dapat menjadi daya tarik komunikator. Faktor-faktor diatas merupakan indikator dari sebuah kredibilitas, masing – masing paslon memiliki cara tersendiri dalam membangun persepsi khalayak. Tayangan debat presiden menampilkan kredibilitas kedua calon akan terlihat siapa yang lebih baik kredibilitasnya pasti akan mempengaruhi suara para capres tersebut.

Hal tersebut sangat dinantikan oleh para pasangan calon presiden dan wakil presiden karena debat pilpres ini dirasa tidak dapat dianggap sepele bagi orang – orang yang mencalonkan diri sebagai presiden dan wakilnya karena bertujuan untuk menarik minat para pemilih yang masih

belum memutuskan akan memihak di kubu mana atau biasa disebut dengan swing voters. Seperti dijelaskan dalam Pemilu Untuk Pemilih Pemula Modul I Komisi Pemilihan Umum (2013) kategori Pemilih Pemula adalah warga negara yang baru pertama kali akan menggunakan hak pilihnya di dalam kegiatan Pemilihan Umum (Pemilu). Mereka bisa berasal dari Warga Negara Indonesia (WNI) yang genap berusia 17 tahun atau belum berusia 17 tahun tetapi sudah pernah menikah.

Dikutip dari media tempo.co ketua Komisi Pemilihan Umum Arief Budiman mengatakan “Dari hasil rapat koordinasi sebelumnya, debat diputuskan dilakukan selama lima kali di tahun 2019 tanggal pada 17 Januari, 17 Februari, 17 Maret, dan 30 Maret, dan terakhir pada tanggal 13 april”. Dalam kutipan diatas dinyatakan bahwa debat pilpres dilaksanakan 5 kali yang berlokasi di Hotel Bidakara Pancoran, Hotel Fairmont Senayan, Hotel Sultan Senayan, Balai Sudirman Tebet, dan kembali lagi ke Hotel Bidakara.

Debat tersebut dibagi lima kelompok tema besar yang akan diperdebatkan. Tema debat pertama yakni tentang hukum, HAM, korupsi, dan terorisme, tema kedua adalah energi pangan, sumber daya alam, lingkungan hidup, dan infrastruktur, tema ketiga adalah pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, sosial, dan kebudayaan, tema keempat yakni soal ideologi, pemerintahan, pertahanan dan keamanan, serta hubungan internasional tema debat kelima adalah tentang isu ekonomi, kesejahteraan sosial, keuangan dan investasi, serta perdagangan dan industri.

Arief menuturkan KPU juga membagi debat pilpres ke dalam tiga pola. Pola pertama, yakni debat antar capres, debat antar cawapres, dan debat antar pasangan capres-cawapres. Debat pertama dan terakhir disepakati antar pasangan capres-cawapres, debat kedua dan keempat diperuntukkan antar capres, dan debat ketiga antar cawapres. Jika dilihat dari situs Youtube tayangan debat kedua antar capres menduduki rating pertama dibandingkan debat kelima dengan penonton sebanyak 1,4 juta penonton melalui kanal KompasTV. Kesimpulan dari pemaparan diatas, alasan peneliti memilih judul penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui seberapa baik kredibilitas Jokowi dalam tayangan debat Pilpres 2019 (kedua).. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini di uraikan dalam pokok – pokok sbb:

1. Untuk mengetahui persepsi keahlian Joko Widodo dalam tayangan debat pilpres 2019.
2. Untuk mengetahui persepsi keterpercayaan Joko Widodo dalam tayangan debat pilpres 2019.
3. Untuk mengetahui persepsi daya tarik Joko Widodo dalam tayangan debat pilpres 2019.

II. LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Politik

Komunikasi politik ialah proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah

(Ramlan, 2010: 152). komunikasi politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah [2]. Lagi pula tidak hanya mencakup penampilan pandangan-pandangan serta harapan-harapan para anggota masyarakat, tetapi juga merupakan sarana dengan mana pandangan dan asal-usul serta anjuran-anjuran pejabat yang berkuasa diteruskan kepada anggota-anggota masyarakat selanjutnya juga melibatkan reaksi-reaksi anggota-anggota masyarakat terhadap pandangan-pandangan dan janji serta saran-saran para penguasa. Maka komunikasi politik itu memainkan peranan yang penting sekali di dalam sistem politik: komunikasi politik ini menentukan elemen dinamis, dan menjadi bagian menentukan dari sosialisasi politik, partisipasi politik, dan pengrekrutan politik [3].

Tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan komunikator politik. Sesuai dengan tujuan komunikasi, maka tujuan komunikasi politik itu adakalanya sekadar penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, pembentukan public opinion (pendapat umum) dan bisa pula menghandel pendapat atau tuduhan lawan politik. Selanjutnya komunikasi politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah [2].

B. Debat Pilpres 2019

Debat identik dengan memaparkan atau mendiskusikan sesuatu untuk mendapatkan titik temu atau kesimpulan dari suatu permasalahan. Dalam sebuah negara demokrasi debat memegang peranan tersendiri sebagai sarana komunikasi publik yang efektif. Debat yang mengikuti standar internasional atau ketentuan – ketentuan khusus yang berlaku dalam suatu negara. Debat ini, mengutamakan posisi moderator sebagai pengarah proses debat. Debat ini sering disebut dengan debat politik atau dalam dunia internasional dikenal dengan debat parlementer.

C. Kredibilitas

“The Source Credibility Theory States that people are more likely to be persuaded when the source present it self as credible” (Rakhmat, 2018:322). Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa sumber atau komunikator yang kredibel akan lebih mudah memengaruhi orang lain, sehingga jika komunikator ahli dapat dipercaya maka komunikannya akan lebih mudah dipengaruhi untuk mengikuti apa yang menjadi tujuan komunikator dalam melakukan komunikasi. Asumsi epistemologis dari teori ini bahwa Source Credibility Theory adalah sebuah pendekatan yang mengizinkan setiap individu untuk memberikan pandangannya masing-masing terhadap suatu objek. Secara nyata teori ini memberikan penjelasan semakin kredibel sumber maka akan semakin mudah mempengaruhi cara pandang audiens. Dengan kata lain kredibilitas seseorang mempunyai peranan yang penting dalam memengaruhi audiens untuk menentukan pandangannya.

Hovlan menggambarkan peranan kredibilitas dalam proses penerimaan pesan dengan mengemukakan para ahli akan lebih persuasif dibandingkan dengan bukan ahli. Suatu pesan persuasif akan lebih efektif apabila kita mengetahui bahwa penyampai pesan adalah orang yang ahli dibidangnya [4]. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dalam hal ini terkandung dua hal: pertama kredibilitas merupakan persepsi khalayak, jadi tidak inheren dalam diri komunikator kedua kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator (Rakhmat, 2018:257). kredibilitas komunikator terbentuk oleh keahlian komunikator dalam menguasai seluruh informasi mengenai objek yang dimaksud dan memiliki keterpercayaan terhadap derajat kebenaran informasi yang ia sampaikan. Adapun daya tarik adalah salah satu komponen pelengkap dalam pembentukan kredibilitas sumber atau komunikator.

Komunikator telah dikemukakan sebelumnya bahwa berdasarkan the source credibility theory, kredibilitas komunikator terbentuk oleh keahlian komunikator dalam menguasai seluruh informasi mengenai objek yang dimaksud dan memiliki keterpercayaan terhadap derajat kebenaran informasi yang ia sampaikan. Adapun daya tarik adalah salah satu komponen pelengkap dalam pembentukan kredibilitas sumber atau komunikator. Menurut Aristoteles dalam Rakhmat menyebut karakter komunikator sebagai *ethos*. *Ethos* terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*). *Ethos* adalah kekuatan yang dimiliki pembicara dari karakter pribadinya (Aristoteles dalam Cangara, 2018). Jadi, kredibilitas dapat diperoleh jika seorang komunikator memiliki *ethos* yaitu karakter kepribadian yang dapat membentuk seorang komunikator menjadi kredibel dan untuk menjadikan komunikator sebagai sumber yang kredibel diperlukan beberapa komponen yang mempengaruhi terbentuknya kredibilitas, diantaranya:

1. Keahlian

Keahlian komunikator berhubungan dengan penelitian dimana sumber dianggap berpengetahuan, cerdas, berpengalaman, memiliki kewenangan tertentu dan menguasai skill yang bisa diandalkan (Venus, 2009:60). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa keahlian yang dimiliki oleh komunikator ada dalam penilaian audien, hal ini dapat didefinisikan dengan penguasaan yang dimiliki komunikator pada apa yang dibahas berpengetahuan, cerdas, terlatih dan juga berpengalaman. Komunikator memiliki kekuatan melalui karakter pribadinya sehingga ucapan-ucapan komunikator dapat dipercaya. Keahlian komunikator juga menyangkut kekuatan yang dimilikinya dalam mengendalikan emosi komunikasi juga kekuatan dalam berargumentasi.

2. Keterpercayaan

Keterpercayaan adalah kesan audience tentang komunikator berkaitan dengan wataknya. Komunikator yang dapat dipercaya adalah komunikator yang dianggap jujur, tulus, bermoral, adil, sopan atau etis (Rakhmat, 2018:324). Menurut Johnstan keterpercayaan atau kejujuran

sumber banyak bergantung pada persepsi khalayak tentang maksud tindakan sumber. Sumber harus dapat diandalkan dan dipercaya, jika khalayak menilai bahwa tindakan atau ucapan sumber didasari motif untuk mengambil keuntungan sepihak, maka ia akan menjadi kurang persuasif ketimbang sumber yang dipersuasi tidak memiliki kepentingan pribadi [5].

3. Daya Tarik

Daya tarik menjadi salah satu faktor penting yang turut memengaruhi terbentuknya kredibilitas komunikator karena dapat menentukan efektivitas persuasi yang dilakukan oleh komunikator. Daya tarik ini tidak hanya berupa penampilan fisik (*physic*), namun bisa juga berupa daya tarik psikologis yang terdiri dari kesamaan (*similarity*), keakraban (*familiarity*), atau kesukaan (*liking*) (Rakhmat 2018:114). Kesamaan atau *similarity* dimaksudkan agar orang bisa tertarik pada komunikator karena adanya kesamaan demografi, seperti bahasa, agama, daerah asal, maupun ideologi. *Familiarity* maksudnya seorang komunikator yang dikenal baik lebih diterima oleh audience daripada mereka yang tidak dikenal. Komunikator yang sudah dikenal kepiawaiannya akan mudah diterima, sebab audience tidak akan ragu terhadap kemampuan dan kejujurannya. Kesukaan atau *liking* artinya komunikator memiliki kesamaan atau sudah dikenal pada akhirnya akan lebih disegani oleh audience. (Cangara, 2018).

Semakin seseorang melihat diri mereka mirip dengan orang lain, maka semakin besar kemungkinan mereka akan terus berinteraksi dengan orang tersebut. Individu cenderung membandingkan diri mereka dengan individu yang tidak bisa, serta rekan-rekan dalam hal berbagi pandangan yang sama dan nilai-nilai bersama (Eun & Watkins, 2016).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah menyebarkan kuesioner kepada 79 sampel responden, lalu mengkaji dan menganalisis data yang didapat. Peneliti menghasilkan bahwa responden yang merupakan Mahasiswa FIKOM UNISBA 2019 memiliki persepsi kredibilitas kepada Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua) dinyatakan baik. Variabel Kredibilitas pada Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua) diukur dengan tiga indikator dari kredibilitas berupa keahlian, keterpercayaan, dan juga daya tarik.

Indikator “keahlian” komunikator berhubungan dengan penelitian dimana sumber dianggap berpengetahuan, cerdas, berpengalaman, memiliki kewenangan tertentu dan menguasai skill yang bisa diandalkan (Venus, 2009:60). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa keahlian yang dimiliki oleh komunikator ada dalam penilaian audience, hal ini dapat didefinisikan dengan penguasaan yang dimiliki komunikator pada tayangan debat pilpres 2019 (kedua) dalam aspek berpengetahuan, cerdas, terlatih dan juga berpengalaman. Peneliti memilih empat aspek pernyataan untuk mengukur indikator keahlian ini yaitu pengetahuan, kecerdasan, pengalaman, serta terlatihnya komunikator dalam tayangan debat tersebut.

Pernyataan mengenai aspek pengetahuan komunikator dalam tayangan debat ini menggunakan pernyataan tabel 4.4 yaitu “keahlian Jokowi saat berargumentasi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua memperlihatkan bahwa Jokowi memiliki pengetahuan yang luas” menunjukkan bahwa mayoritas responden telah setuju atas pernyataan yang telah peneliti cantumkan dalam kuesioner tersebut 39 (49.4%) responden menyatakan setuju atas pernyataan Jokowi yang memiliki pengetahuan yang luas saat debat pilpres 2019 (kedua).

Pernyataan kedua mengenai aspek kecerdasan Jokowi dalam tayangan debat menggunakan pernyataan tabel 4.5 mengenai “argumentasi yang dimiliki oleh Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua memperlihatkan kecerdasan dalam beradu argumen dengan lawan debat”. Pernyataan ini disetujui juga oleh responden dengan 32 (40.5%) suara responden setuju atas kecerdasan Jokowi saat beradu argument dengan lawan debatnya. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kecerdasan Jokowi terlihat baik saat dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua). Dalam aspek kecerdasan ini Jokowi terbilang baik.

Pernyataan ketiga mengenai aspek pengalaman Jokowi menggunakan tabel 4.6 mengenai “argumentasi Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua berbicara tentang hal - hal yang belum tercapai saat periode sebelumnya”. Pernyataan ini disetujui oleh responden dengan 29 (36.7%) suara setuju atas pengalaman yang dimiliki oleh Jokowi saat berargument. Hal ini menunjukkan bahwa aspek pengalaman Jokowi terbilang baik.

Pernyataan keempat mengenai aspek terlatihnya Jokowi pada saat menyampaikan argumennya yang tertera dalam tabel 4.7 “Pemaparan argumen Jokowi menunjukkan bahwa beliau memiliki keahlian dalam menyampaikan argument.” Pernyataan ini disetujui oleh responden sebanyak 46 (58.2%). Hal ini menunjukkan bahwa aspek terlatih Jokowi baik.

Dalam empat pernyataan diatas mengenai aspek – aspek keahlian yaitu pengetahuan, kecerdasan, pengalaman, serta terlatihnya Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua) menunjukkan bahwa indikator keahlian yang dimiliki Jokowi baik karena dari pemaparan, isi informasi, serta bagaimana beliau mengikuti alur tayangan debat memperlihatkan bahwa Jokowi sebagai Komunikator tayangan debat pilpres 2019 (kedua) dapat menonjolkan kredibilitasnya sebagai capres. Hal ini juga didukung dengan persentase jawaban responden dari indikator keahlian yang hasilnya 71.7% dan dapat dinyatakan baik.

Indikator yang kedua peneliti mengangkat indikator keterpercayaan dalam kredibilitas komunikator. Keterpercayaan adalah kesan audience tentang komunikator berkaitan dengan wataknya. Komunikator yang dapat dipercaya adalah komunikator yang dianggap jujur, tulus, bermoral, adil, sopan atau etis (Rakhmat, 2018:324). Jokowi memperlihatkan beberapa aspek keterpercayaan dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua) melalui beberapa aspek yaitu kejujuran, moral, adil, dan juga sopan atau etis. Keempat aspek tersebut dijadikan pernyataan yang dikemas

dalam bentuk kuesioner. Berikut penjabaran hasil penelitian dalam indikator keterpercayaan.

Pernyataan mengenai aspek kejujuran komunikator dalam tayangan debat ini menggunakan pernyataan tabel 4.8 yaitu “Pernyataan Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua yang sebagaimana adanya memperlihatkan kejujuran” menunjukkan bahwa mayoritas responden telah setuju atas pernyataan yang telah peneliti cantumkan dalam kuesioner tersebut 28 (35.4%) responden menyatakan setuju atas pernyataan Jokowi yang memiliki kejujuran yang luas saat debat pilpres 2019 (kedua).

Pernyataan kedua mengenai aspek ketulusan Jokowi dalam tayangan debat menggunakan pernyataan tabel 4.9 mengenai “Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua memperlihatkan rasa tulus dalam menerima tanggapan lawan debat”. Pernyataan ini disetujui juga oleh responden dengan 35 (44.3%) suara responden setuju atas ketulusan Jokowi saat beradu argument dengan lawan debatnya. Hal ini menunjukkan bahwa aspek ketulusan Jokowi terlihat baik saat dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua). Dalam aspek ketulusan ini Jokowi terbilang baik.

Pernyataan ketiga mengenai aspek moral Jokowi menggunakan tabel 4.10 mengenai “Jokowi terlihat bermoral dalam membuat pernyataan dan bertindak saat tayangan debat pilpres 2019 kedua”. Pernyataan ini disetujui oleh responden dengan 34 (43%) suara setuju atas moral yang dimiliki oleh Jokowi saat berargument. Hal ini menunjukkan bahwa aspek moral Jokowi terbilang baik.

Pernyataan keempat mengenai aspek keadilan Jokowi pada saat menyampaikan argumennya yang tertera dalam tabel 4.11 “Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua memperlihatkan kepatuhan dalam tata aturan debat yang sudah ada” Pernyataan ini disetujui oleh responden sebanyak 36 (45.6%). Hal ini menunjukkan bahwa aspek keadilan Jokowi baik.

Pernyataan keempat mengenai aspek kesopanan Jokowi pada saat menyampaikan argumennya yang tertera dalam tabel 4.12 “Saat Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua beradu debat dengan lawannya memakai bahasa dan nada bicara yang menghargai lawan” Pernyataan ini disetujui oleh responden sebanyak 38 (48.1%). Hal ini menunjukkan bahwa aspek kesopanan Jokowi baik.

Dalam empat pernyataan diatas mengenai aspek – aspek keterpercayaan yaitu jujur, tulus, bermoral, adil, sopan atau etis Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua) menunjukkan bahwa indikator keterpercayaan yang dimiliki Jokowi baik karena dari seluruh aspek – aspek dari keterpercayaan sebagian besar menjawab setuju atas pernyataan positif tentang indikator keterpercayaan Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua). Hal ini juga didukung dengan persentase jawaban responden dari indikator keterpercayaan yang hasilnya 57.4% dan dapat dinyatakan cukup baik.

Indikator yang ketiga peneliti mengangkat indikator daya tarik dalam kredibilitas komunikator. Daya tarik menjadi salah satu faktor penting yang turut memengaruhi terbentuknya kredibilitas komunikator karena dapat

menentukan efektivitas persuasi yang dilakukan oleh komunikator. Daya tarik ini tidak hanya berupa penampilan fisik (*physic*), namun bisa juga berupa daya tarik psikologis yang terdiri dari kesamaan (*similarity*), keakraban (*familiarity*), atau kesukaan (*liking*) (Rakhmat 2005:114). Salah satu faktor kredibilitas Jokowi yaitu adanya komponen daya tarik dalam persepsi khalayak. Daya tarik pada diri Jokowi seperti ketika ia berpenampilan menarik, memiliki ekspresi wajah yang menarik pada saat mengeluarkan argumennya dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua) menyebabkan dirinya terlihat menarik.

Pernyataan mengenai aspek kesamaan (*similarity*) komunikator dalam tayangan debat ini menggunakan pernyataan tabel 4.13 yaitu “Argumentasi Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua melihat dari sudut pandang rakyat” menunjukkan bahwa mayoritas responden telah setuju atas pernyataan yang telah peneliti cantumkan dalam kuesioner tersebut 37 (46.8%) responden menyatakan setuju atas pernyataan Jokowi yang memiliki kesamaan (*similarity*) yang luas saat debat pilpres 2019 (kedua).

Pernyataan kedua mengenai aspek *physic* Jokowi dalam tayangan debat menggunakan pernyataan tabel 4.14 mengenai “Pakaian yang dikenakan Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua menarik perhatian”. Pernyataan ini disetujui juga oleh responden dengan 30 (38%) suara responden setuju atas pakaian yang dikenakan Jokowi menarik perhatian. Hal ini menunjukkan bahwa aspek *physic* Jokowi terlihat baik saat dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua).

Pernyataan ketiga mengenai aspek moral Jokowi menggunakan tabel 4.15 mengenai “Penyesuaian pakaian Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua menarik perhatian”. Pernyataan ini disetujui oleh responden dengan 30 (38%) suara setuju atas aspek *likability*. Hal ini menunjukkan bahwa aspek moral Jokowi terbilang baik.

Pernyataan keempat mengenai aspek keadilan Jokowi pada saat menyampaikan argumennya yang tertera dalam tabel 4.16 “Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 kedua memperlihatkan kepatuhan dalam tata aturan debat yang sudah ada” Pernyataan ini disetujui oleh responden sebanyak 36 (45.6%). Hal ini menunjukkan bahwa aspek keadilan Jokowi baik.

Pernyataan keempat mengenai aspek *familiarity* Jokowi pada saat menyampaikan argumennya yang tertera dalam tabel 4.17 “Jokowi memperlihatkan hubungan yang baik dengan lawan debat” Pernyataan ini disetujui oleh responden sebanyak 44 (55.7%). Hal ini menunjukkan bahwa aspek *familiarity* Jokowi baik.

Dalam empat pernyataan diatas mengenai aspek – aspek daya tarik yaitu *physic*, *similarity*, *likability*, *familiarity* Jokowi dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua) menunjukkan bahwa indikator daya tarik yang dimiliki Jokowi baik. Khalayak akan lebih menerima pesan yang ingin disampaikan oleh Jokowi apabila kesan khalayak kepada komunikator memiliki kesan yang baik, merasakan keakraban pada diri Komunikator, kesamaan pendapat yang

dikeluarkan melalui argumen – argumen yang diberikan oleh komunikator dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua) dapat meningkatkan persepsi kredibilitas Jokowi. Hal ini juga didukung dengan persentase jawaban responden dari indikator daya tarik yang hasilnya 70.6% dan dapat dinyatakan baik.

Melihat dari hasil penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa ketika seorang komunikator dinilai memiliki kredibilitas dalam menyampaikan pesan maka komunikator atau khalayak yang menerima pesan tersebut akan cenderung setuju dengan pesan yang disampaikan. Berkaitan dengan hal ini, sosok Jokowi dianggap sebagai seseorang yang memiliki kredibilitas dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua). Jokowi dinilai memiliki ketiga komponen kredibilitas yakni keahlian, keterpercayaan, serta daya tarik dalam dirinya. Seperti yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy (dalam Winoto, 2015:2) bahwa:

“Dalam bentuk proses komunikasi seorang komunikator akan sukses apabila ia berhasil menunjukkan *source of credibility*, artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikator kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang pekerjaannya serta dapat tidaknya dipercaya”.

IV. KESIMPULAN

Kredibilitas Jokowi dalam aspek keahlian dinilai baik dengan persentase 71.7%. Komponen keahlian yang ada dalam pada diri Jokowi secara keseluruhan mendapatkan penilaian yang baik dari responden. Jokowi dinilai sebagai komunikator yang memiliki keahlian dalam menyampaikan argumentasi dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua).

Kredibilitas Jokowi dalam aspek keterpercayaan dinilai cukup baik dengan persentase 57.4%. Komponen keterpercayaan yang ada dalam pada diri Jokowi secara keseluruhan mendapatkan penilaian yang baik dari responden. Jokowi dinilai sebagai komunikator yang memiliki keterpercayaan dalam menyampaikan argumentasi dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua).

Kredibilitas Jokowi dalam aspek daya tarik dinilai baik dengan persentase 57.4%. Komponen keterpercayaan yang ada dalam pada diri Jokowi secara keseluruhan mendapatkan penilaian yang baik dari responden. Jokowi dinilai sebagai komunikator yang memiliki daya tarik dalam menyampaikan argumentasi dalam tayangan debat pilpres 2019 (kedua).

V. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai persepsi kredibilitas Jokowi dalam debat pilpres 2019 (kedua) yang dilihat dari keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik maka peneliti memiliki beberapa saran atau masukan kepada komunikator yang akan mengejar cita – cita ingin menjadi sosok *public figure* ataupun peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis, yaitu:

Saran Pengembangan Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul “Persepsi Kredibilitas Jokowi dalam Tayangan Debat Pilpres 2019” ini diharapkan dapat menambah pengetahuan secara akademis dengan konsep-konsep dan teori-teori yang terkait dengan ilmu komunikasi.

Kepada peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis terkait kredibilitas sumber bisa menggunakan metode yang berbeda dengan penelitian ini yang bisa lebih memperdalam dan menggambarkan lebih jelas mengenai kredibilitas sumber yang tentunya sangat berkenaan dengan kegiatan komunikasi.

Kepada peneliti lain yang akan meneliti mengenai kredibilitas sumber bisa mengembangkan dan memperdalam ataupun mengkaitannya dengan variabel lain agar bisa lebih jelas.

Saran Pengembangan Praktis

Jokowi sebagai komunikator dalam debat pilpres 2019 (kedua) dinilai telah memiliki kredibilitas yang baik sehingga hal ini dapat diterapkan oleh komunikator lainnya yang akan menjadi public figure yang membutuhkan tingkat kredibilitas yang tinggi. Untuk bisa menyampaikan pesan yang lebih meyakinkan, komunikator tersebut harus bisa menunjukkan cara berkomunikasi yang baik yang dilihat dari kejujuran dia, bagaimana ia dapat menyampaikan pesan secara ahli dan juga memiliki daya tarik bagi komunikannya.

Komunikator harus bisa meningkatkan pengetahuan mereka terkait dengan hal yang akan disampaikan karena hal itu akan berdampak kepada keahlian mereka untuk bisa menyampaikan pesan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman terkait produk. Komunikator akan lebih mudah dipercaya ketika ia menguasai bahan atau pesan yang akan ia sampaikan. Sehingga ketika pesan tersebut diterima oleh komunikannya, mereka akan lebih bisa mempercayai apa yang dikatakan oleh komunikator tersebut.

Sebaiknya untuk para komunikator yang ingin menjadi public figure harus bisa menunjukkan atau menampilkan kredibilitas dalam dirinya, walaupun sebenarnya kredibilitas ini tidak inheren didalam diri mereka namun setidaknya komunikator harus bisa menunjukkan komponen-komponen yang ada pada kredibilitas tersebut seperti keahlian, keterpercayaan, dan daya tarik karena lebih terbukti bisa menjadikan pesan yang mereka sampaikan mudah dan efektif diterima oleh komunikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rakhmat, J. (2018). Psikologi Komunikasi. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- [2] Ardial. (2010). Komunikasi Politik. Jakarta: Indeks.
- [3] Rush, Michael dan Althoff, Philip. (2008). Pengantar Sosiologi Politik. Jakarta : Rajawali Press
- [4] Azwar, S. (2005). Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya . Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- [5] Venus, A. (2009). Manajemen Kampanye. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- [6] Surbakti, Ramlan. (2010). Memahami Ilmu Politik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [7] <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180803164239-32->

319303/kpu-resmi-buka-pendaftaran-capres-cawapres-pemilu-2019 (Terakhir diakses pada 02/12/2019 pukul 20.30)

- [8] <https://pilpres.tempo.co/read/1159019/berikut-jadwal-siaran-debat-pilpres-2019> (Terakhir diakses pada 03/12/2019 Pukul 19.30)