

## **Kredibilitas Kandidat Presiden pada Pemilihan Presiden Tahun 2019 yang Terbangun di dalam Media Sosial Twitter**

*Itsna Mawaddata Rahma<sup>1</sup>, Avin Fadilla Helmi<sup>2</sup>*

Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

<sup>1</sup>itsna.mawaddata.r@ugm.ac.id, <sup>2</sup>avinpsi@ugm.ac.id

**Abstract.** Credibility as a perception is an important goal that should be achieved by the candidates because it is related to the voters' decision in the Presidential Election. Previously, credibility only built through conventional campaigns. Then Twitter begins to be used in conducting the campaign in 2014 when the internet started to penetrate into politics and increasingly intense in the 2019 Presidential Electoral campaign. This study aims to explore the concept and aspects of presidential candidates' credibility on Twitter, with changes in campaigning strategy that is getting stronger. Data of this research was collected through Scraping technique on Twitter content using keywords which are #Jokowi2Periode and #2019GantiPresiden and by interviews with Topic and Entity-based Twitter Users. The results of this study state that the credibility of presidential candidates on Twitter is built based on trustworthiness and competence. The dynamic of aspects that build the presidential candidates' credibility is also explained in this study.

**Keywords:** *credibility, presidential election, social media, Twitter*

**Abstrak.** Kredibilitas sebagai suatu persepsi merupakan hal penting yang harus diraih oleh kandidat sebab kredibilitas berkaitan dengan keputusan memilih pada Pemilihan Presiden. Kredibilitas sebelumnya hanya dibangun melalui kampanye konvensional. Twitter mulai dimanfaatkan untuk melakukan kampanye pada tahun 2014 ketika internet mulai merambah dunia politik, dan semakin intens pada kampanye Pemilihan Presiden tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan eksplorasi konsep dan aspek-aspek kredibilitas kandidat yang terbangun dengan perubahan gaya berkampanye yang semakin kuat. Data diperoleh melalui teknik *Scraping* pada konten media sosial Twitter menggunakan kata kunci #Jokowi2Periode dan #2019GantiPresiden; serta wawancara kepada pengguna Twitter yang berbasis topik dan entitas. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kredibilitas kandidat presiden di dalam media sosial Twitter dibangun atas sifat dapat dipercaya (*trustworthiness*) dan kompetensi (*competence*). Dinamika aspek-aspek yang membangun kredibilitas kandidat presiden juga dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *kredibilitas, media sosial, pemilihan presiden, Twitter*