

**PENGARUH KEYAKINAN PADA OBJEK RUMOR KANDIDAT PRESIDEN,
GENDER, DAN PENGALAMAN MEMILIH TERHADAP KEPERCAYAAN
MAHASISWA UGM PADA KANDIDAT PRESIDEN 2014**

Vigor Wirayodha Hendriwinaya¹, Koentjoro²

ABSTRAK

Pemilihan umum presiden tahun 2014 merupakan babak baru dalam pesta demokrasi terbesar lima tahunan di Indonesia. Masyarakat memiliki ekspektasi bahwa kandidat presiden pilihannya memiliki sifat-sifat yang dapat dipercaya. Kepercayaan adalah salah satu faktor intensi memilih presiden (Sahn, Sahn, & Tantawi, 2013). Rendahnya kepercayaan pada kandidat presiden, polarisasi dukungan yang berlebihan antar pendukung kandidat presiden, serta rusaknya sumber berita menjadi lahan subur bagi rumor untuk tumbuh dan berkembang. Persaingan sengit dua kandidat presiden membangkitkan antusias masyarakat dalam memberikan dukungan sekaligus menimbulkan perasaan takut, cemas, curiga, bermusuhan oleh karena banyaknya rumor. Keprihatinan peneliti terhadap informasi negatif berupa fitnah (Herriman, 2010), gosip (Rosnow, 1974; Herriman, 2010), komunikasi informal (Michelson & Mouly, 2004), dan kabar angin (Fine dalam DiFonzo & Bordia, 2007) yang merupakan rumor negatif menjadi dasar melakukan penelitian ini. Polarisasi dukungan masyarakat dalam dua kandidat presiden juga membuka peluang bagi rumor untuk tumbuh subur. Sementara itu antusias masyarakat dalam memberikan suara pada pemilihan presiden terus menurun. Mahasiswa UGM sebagai sekelompok masyarakat yang pintar dan kritis diharapkan rasional dalam menyikapi rumor serta memiliki kepercayaan yang tinggi pada kandidat presiden. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut bagaimana mahasiswa UGM sebagai kelompok masyarakat yang terpelajar dalam menyikapi rumor kandidat presiden. Hasil penelitian menunjukkan objek rumor, gender, dan pengalaman memilih bukan prediktor kepercayaan mahasiswa UGM pada kandidat presiden 2014 ($p > 0,05$). Keyakinan pada rumor tidak mempengaruhi kepercayaan mahasiswa UGM pada kandidat presiden ($p > 0,05$). Wanita memiliki keyakinan lebih pada rumor Jokowi dibandingkan pria ($mean\ diff = 2,236$, $p < 0,05$). Sedangkan pengalaman memilih tidak memiliki pengaruh pada keyakinan objek rumor ($p > 0,05$).

Kata Kunci: rumor, gender, pengalaman memilih, kepercayaan, mahasiswa UGM

¹ Mahasiswa Magister Psikologi UGM

² Dosen Fakultas Psikologi UGM

**THE EFFECT OF BELIEF IN RUMOR, GENDER, AND EXPERIENCE TO
CHOOSE ON UGM STUDENTS TRUST OF PRESIDENTIAL CANDIDATE IN
2014**

Vigor WirayodhaHendriwinaya¹, Koentjoro²

ABSTRACT

Presidential elections in 2014 represents a new chapter in the largest democratic party of five years in Indonesia. The society expect has chosen a presidential candidate has properties that can be trusted. Trust is the one of intention factor to choose president (Sahn, Sahn, & Tantawi, 2013). Lack of confidence in the presidential candidates, support excessive polarization between supporters of presidential candidates, and the destruction of sources of news to be fertile ground for rumors to grow and evolve. The fierce competition two presidential candidates arouse public enthusiasm in providing support at the same time lead to feelings of fear, anxiety, suspicion, hostile because of rumors. Concerns researchers to negative information in the form of slander (Herriman, 2010), gossip (Rosnow, 1974; Herriman, 2010), informal communication (Michelson & Mouly, 2004), dan hearsay (Fine in DiFonzo & Bordia, 2007) which is a negative rumor became the basis conduct this research. Polarization society support in two presidential candidates also opens opportunities for rumors to flourish. Meanwhile enthusiastic people in the voting in the presidential elections continues to decline. UGM students as a group of people who are smart and rationalis expected rational in dealing with rumor objects and have high confidence in the presidential candidates. Need to do further research how students of UGM as a group of people who educated in responding to rumors of a presidential candidate. The results showed rumor object, gender, and experience to choose is not predictor on trust of presidential candidate. Belief in rumor object do not effect trust on presidential candidate ($p>0,05$). Women have more confidence in rumor objects Jokowi than men ($mean\ diff=2,236, p<0,05$). While the experience of choosing not to have an influence on the confidence rumor object ($p>0,05$).

Key Words: rumor, gender, experience to choose, trust, UGM students

¹The Student of Master Psychology Science Program in UGM

²The Lecturer of Master Psychology Science Program in UGM