

ABSTRAKSI

Keberadaan media sosial semakin memudahkan masyarakat untuk mencari dan berbagi informasi mengenai produk politik (partai atau kandidat). Oleh karena keunggulannya tersebut, banyak pelaku politik yang menggunakan *media sosial* sebagai media komunikasi untuk membangun citra dan menciptakan opini. Tidak hanya dengan cara positif, tetapi juga dengan cara negatif, dan hal ini disebut sebagai eWOM politik negatif. Berdasarkan teori pembentukan sikap, penelitian ini mengkaji apakah eWOM politik negatif di media sosial mempengaruhi pembentukan sikap dan niat memilih konstituen? Lebih lanjut, penelitian ini mengkaji apakah tipe eWOM negatif dan kesesuaian endorser juga memiliki pengaruh yang berbeda? Dengan mendistribusikan kuesioner terhadap 120 mahasiswa, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap atas eWOM politik negatif tidak berpengaruh terhadap sikap atas kandidat dan niat memilih. Justru sikap atas kandidat yang berpengaruh terhadap niat memilih. eWOM politik negatif yang menggunakan pesan berdasarkan karakter ternyata lebih menghasilkan sikap atas eWOM politik yang lebih buruk dibandingkan eWOM politik negatif berdasarkan isu.

Keywords : eWOM politik negatif, media sosial, sikap