

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Studi tentang kajian perilaku pemilih di Indonesia memiliki daya tarik tersendiri karena latar belakang demografi sosial masyarakat yang memiliki sifat heterogenitas yang tinggi. Kondisi tersebut tergambarkan pada tingkat pluralistik yang majemuk baik dari segi agama, suku, ras, atau antar golongan (SARA) tertentu. Sifat pluralistik itu berimplikasi pada ranah pemilu yang memberikan ruang untuk mengidentifikasi perilaku pemilih. Perilaku pemilih merupakan sebuah pertimbangan-pertimbangan atas kecenderungan yang mengarah pada orientasi pengambilan keputusan pada saat memilih calon/kandidat. Perilaku pemilih akan menunjukkan orientasi politik warga negara yang menjelaskan mengapa memilih kandidat tertentu. Sederhananya, perilaku pemilih menyingkap alasan-alasan warga negara dalam menentukan kriteria atau kandidat.

Tahun 2024 sebagai tahun politik menjadi arena pertarungan sekaligus pesta demokrasi bagi rakyat Indonesia. Aura ketatnya pertarungan tersebut sudah muncul yang ditandai dengan berbagai gejolak politik terutama di level nasional. Kontestasi pemilihan umum di kancah nasional yang mulai memanas memberikan intervensi khusus terhadap ruang pemilu yang berimplikasi pada konstruksi preferensi pemilih. Preferensi pemilih Indonesia memungkinkan mengalami pergeseran dibanding tahun sebelumnya (2019) dikarenakan berbagai manuver politik di kancah nasional, terutama terhadap pilihan presiden yang memiliki peta yang berbeda dibanding tahun 2019.

Konteks Indonesia sebagai negara yang berkembang menempatkan bagaimana kecenderungan perilaku pemilih dalam ruang pemilu. Setidaknya, terdapat beberapa fenomena yang saat ini muncul ke permukaan yang menjadi sebuah diskursus atau perdebatan yang seringkali digaungkan oleh pemilih tentang bagaimanakah idealnya seseorang kandidat/calon itu dipilih pada saat proses pemilu/*voting*. Beberapa fenomena yang terjadi akan memberikan gambaran bagaimanakah sebuah pemilih akan menentukan preferensi pilihan politik mereka.

Dalam penelitian *scope* besar tentang perilaku pemilih paling mutakhir di Indonesia yang dilakukan oleh Liddle dan Saiful Mujani, setidaknya ada 3 preferensi pemilih yang muncul di Indonesia yakni basis sosial/identitas (dimensi sosiologi), kedua identifikasi partai dan sosialisasi (dimensi psikologi), serta keuntungan pribadi (Mujani, dkk., 2012). Preferensi pemilih tersebut masih sangat relevan dengan berbagai fenomena yang belakangan muncul dengan memanasnya tahun politik pada 2024.

Fenomena yang pertama adalah menguatnya berbagai jenis identitas sosial atau basis sosial yang berimplikasi pada politik identitas. Politik identitas merupakan konstruksi yang menentukan posisi kepentingan subjek di dalam ikatan suatu komunitas politik (Lestari, 2018:23). Individu yang memiliki kesamaan identitas dapat membentuk basis sosial yang akan memiliki kekuatan politik. Sedangkan identitas sosial merupakan seperangkat identitas individu yang menetap atas suatu kelompok sosial tertentu. Identitas sosial di sini bermakna sangatlah luas karena mencakup entitas yang sifatnya sangat heterogen di Indonesia. Cakupan identitas sosial bisa berupa identitas gender, suku, agama, ras, golongan, usia, etnis, serta berbagai jenis identitas lain yang membentuk suatu kelompok sosial yang memiliki kerekatan satu sama lain. Akhir-akhir ini, identitas sosial mengalami penguatan dikarenakan berbagai fenomena politik yang muncul di Indonesia, terutama pada kancah nasional. Faktor aksesibilitas informasi seperti media sosial juga turut memengaruhi menguatnya identitas sosial tersebut yang menyebar dengan cepat pada seluruh wilayah di Indonesia.

Fenomena yang kedua adalah faktor kerekatan yang terbentuk dari kedekatan psikologis. Dalam pendekatan psikologis, faktor bagaimana sosialisasi itu dilakukan sangat berpengaruh dalam membentuk ikatan psikologis pemilih. Pada awal pencetusan pendekatan psikologi, ikatan yang terbentuk adalah ikatan terhadap partai politik. Dalam konteks ini, partai politik akan membawakan sebuah nilai (*value*) atau *core* khusus yang akan menjadi tema besar untuk merepresentasikan perjuangan mereka, nilai tersebut bernama ideologi. Ideologi adalah sebuah kumpulan ide atau gagasan yang dianggap sebagai visi yang

komprehensif sebagai cara memandang dalam melihat sesuatu (Mulyana & Irfan, 2021: 329). Dengan demikian, faktor bagaimana sosialisasi partai terhadap nilai yang mereka bawaan kepada pemilih menjadi sangat penting dan ini yang seringkali tergambarkan pada beberapa partai di Indonesia yang memiliki loyalitas massa dan akar rumput (*grassroot*) yang kuat. Namun saat ini, ikatan psikologis sudah memudar dari ikatan kepartaian, namun bergeser kepada kandidat secara langsung. Terutama ketika kemunculan media digital seperti sosmed sebagai alat yang digunakan untuk sosialisasi dan kampanye.

Fenomena yang ke tiga adalah muncul asumsi bahwa pemilih-pemilih di Indonesia sudah cenderung ke arah rasionalis. Rasionalis adalah pemilih yang menggunakan preferensi memilihnya bukan hanya sebatas ikatan sosial atau kedekatan psikologis yang membentuk ikatan emosional saja, namun pemilih sudah mulai berfikir mereka akan memberikan hak pilih kepada kandidat yang dinilai secara rasional dapat menguntungkan mereka. Apalagi mayoritas pemilih pada pemilu serentak 2024 adalah golongan muda. Mereka terbekali oleh sosial media yang lebih mumpuni sehingga dianggap mampu untuk mencerna visi misi, program, atau suatu komitmen politik yang dijanjikan oleh kandidat. Namun rasionalis juga tidak terbatas pada pegangan visi-misi atau program kandidat, namun juga rasionalis yang bersifat pragmatis. Pragmatisme dalam politik merupakan suatu upaya untuk mencapai keinginan dengan menempuh cara atau jalur yang bersifat jangka pendek dan menguntungkan (Ekowati, 2019). Pemilih pragmatis berorientasi kepada sesuatu yang menguntungkan mereka tidak pada acuan visi misi atau program dalam jangka waktu yang panjang, namun secara instan yang berbentuk politik uang.

Dari uraian konteks tiga fenomena yang telah dipaparkan dapat menggambarkan secara utuh berbagai dimensi yang menjadi sebab perilaku pemilih di Indonesia. Ketiga faktor tersebut ditopang oleh faktor yang berbeda-beda, yakni basis dimensi sosiologi, dimensi psikologi, serta rasionalis yang bisa berbentuk pragmatis. Dengan basis kajian 3 konsep perilaku pemilih tersebut, penelitian ini akan menggunakan Kota Semarang sebagai basis lokasi penelitian dikarenakan

memiliki irisan terhadap 3 konsep utama perilaku pemilih, yakni dominasi sosiologi, kemudian kuatnya dimensi psikologi, serta potensi pemilih pemula yang cenderung rasionalis (dan pragmatis)

Kota Semarang merupakan kota dengan kerawanan paling tinggi di Jawa Tengah terhadap ancaman pemilu (Bawaslu Jawa Tengah, 2022). Tingkat kerawanan tersebut diukur melalui Indeks Kerawanan Pemilu (IKP) yang disusun dan dikeluarkan oleh Bawaslu dengan berbagai Indikator. Diantara indikator tersebut adalah isu-isu SARA yang memiliki relevansi pada dimensi sosiologis pemilih. Jenis kerentanan ini melihat pada aspek sosial seperti latar belakang calon. Artinya pemilih di Kota Semarang berada pada level tertinggi di Jawa Tengah untuk rawan digunakannya isu SARA yang biasanya membenturkan satu identitas dengan identitas lainnya. Pada penelitian terdahulu terkait dimensi ini, Lestari & Arumsari (2018) menemukan fakta bahwa latar belakang calon yakni tingkat pendidikan dan agama menjadi faktor yang memengaruhi pemilih pemula dalam memilih calon di Kota Semarang.

Pada dimensi psikologi (yang identik dengan faktor sosialisasi atau identifikasi partai sebagai kunci) ditopang oleh kuatnya basis partai sebagai ikatan emosional yang kuat dan mengakar. Jawa Tengah merupakan wilayah penyumbang suara terbesar untuk Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) di Pulau Jawa pada Pemilu 2019 dengan perolehan suara 5,8 juta (KompasData, 2019). Lebih spesifik, kota Semarang mendapat 330.239 suara pileg yang lebih tinggi dari partai manapun di Kota Semarang (Databooks, 2023). Data tingginya perolehan suara PDIP di Kota Semarang tersebut dikonfirmasi oleh penelitian terdahulu yang berusaha menjelaskan identifikasi partai sebagai kunci dalam pemilu. Wijayanto (2020) yang meneliti tentang partisipasi etnis Tionghoa dalam pemilu di salahsatu kelurahan Kota Semarang mendapatkan kesimpulan bahwa mayoritas perilaku pemilih Etnis Tionghoa dalam pilihan presiden tahun 2019 banyak dipengaruhi salahsatunya faktor psikologi yang ditunjukkan dengan tingginya kedekatan emosional responden dengan partai PDIP. Selain itu, terdapat tesis dari Wicaksono (2009) yang meneliti tentang perilaku pemilih pada pemilihan

gurbanur dan wakil gurbanur di Jawa Tengah pada tahun 2008. Hasilnya, seluruh variabel yang dihadirkan, yakni citra kandidat, identifikasi partai, serta evektifitas kampanye menolak hipotesis yang artinya seluruh variabel tidak memiliki pengaruh. Sehingga penelitian ini hendak menguji kembali faktor psikologis dengan indikator yang berbeda.

Pada dimensi pilihan rasionalis dijustifikasi oleh sasaran penelitian yang merupakan generasi muda yang telah memiliki aksebilitas informasi yang cukup untuk memilih dan memilah sesuai dengan program dan visi misi dari kandidat. Asumsi yang dibangun adalah kaum muda mampu berfikir lebih rasionalis. Sementara itu, pada level pragmatis (yang berwujud politik uang) dijustifikasi oleh tingkat kerawanan pemilu di Kota Semarang. Kota Semarang yang mendapatkan skor IKP (indeks Kerawanan Pemilu) tertinggi nomer 1 di Jawa Tengah yang menjadi bayang-bayang mengkhawatirkan karena IKP disusun salahsatunya adalah dengan indikator politik uang atau *money politics*. Artinya Kota Semarang memiliki tingkat yang sangat rawan untuk politik uang. Hal tersebut juga terkonfirmasi pada penelitian yang dilakukan oleh Kamila (2022) yang melakukan riset politik uang pada edisi pemilu terakhir (2019) di Kota Semarang. Hasil dalam penelusurannya terdapat beberapa aduan ke Bawaslu terkait politik uang pada beberapa titik di Kota Semarang. Namun penelitian Kamila tersebut menggunakan pendekatan Yuridis Normatif untuk menganalisis dari segi penegakan hukum, sehingga pada perspektif pemilih belum terwakilkan kendati ada aduan-aduan yang dia temukan.

Dari uraian 3 dimensi konteks perilaku pemilih yakni: sosiologis, psikologis, dan rasional akan menunjukkan sebuah gambaran perilaku pemilih pemula di Kota Semarang. Ditambah lagi terdapat berbagai gejolak politik yang belakangan menguat dalam lingkup nasional yang menjadi sebuah “alarm” bahwa pemilu akan segera dimulai. Di Kota Semarang sendiri, pertambahan kehadiran pemilih pemula menurut Ketua Disdukcapil Kota Semarang cukup tinggi angkanya, yakni sekitar 200 ribu (Tribun Jateng, 2023). Jika dibandingkan dengan total seluruh pemilih yang ada di Kota Semarang yang mencapai 1.239.669 pemilih, partisipasi politik

pemilih pemula mencapai 16% dari total DPT Kota Semarang. Lebih spesifik, sekitar 40 ribu diantaranya tersebar pada SMA di seluruh kota Semarang.

Kehadiran pemilih pemula cukup penting karena sebagai wujud partisipasi awal dalam kontestasi politik yang akan menentukan bagaimana selanjutnya persepsi mereka terhadap proses berdemokrasi melalui pemilihan umum. Pemilih pemula merupakan pemilih muda dengan karakteristik yang masih sangat labil dan kemungkinan bersikap tak acuh yang menyebabkan orientasi politik cenderung dinamis mengikuti faktor yang mempengaruhinya (Lia, 2022). Pemilih pemula mendapatkan kategori “rawan” karena besar kemungkinan mendapatkan pengaruh eksternal. Namun di sisi lain, mereka terbekali oleh Internet karena generasi mereka merupakan generasi Internet (*Net Generation*). Generasi ini adalah generasi yang terampil yang mampu untuk mengakses teknologi digital, dengan demikian mereka memiliki daya kritis terhadap informasi dan mampu melakukan pelacakan-pelacakan dari informasi yang mereka dapatkan (Tapscott, 2009). Dalam konteks pemilu, pemilih gen Z yang lahir dari kemapanan teknologi ini diharapkan mampu melakukan *checking* terhadap berbagai fenomena politik yang semakin menguat dan memanas.

Dengan adanya berbagai isu dan fenomena politik di kancah nasional yang begitu massif lewat kecepatan informasi dari media digital, ditambah sasaran penelitian adalah pemilih pemula yang tidak begitu stabil dan masih cukup rawan untuk mendapatkan pengaruh dari segi eksternal menjadi hal yang akan ditelisik melalui sudut pandang perilaku pemilih dalam pemilihan umum. Penelitian ini berusaha menggambarkan dengan cara mengungkap perilaku pemilih pemula berdasarkan 3 dimensi (sosiologi, psikologi, dan rasionalis) di Kota Semarang selaku daerah dengan IKP (Indeks Kerawanan Pemilu) tertinggi di Jawa Tengah. Dengan menyandingkan tiga faktor sekaligus, maka akan ditemui bagaimana kecenderungan dari karakteristik dari perilaku pemilih.

1.2 Masalah Penelitian dan Batasan Penelitian

Berdasarkan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 14/PUU-XI/2013 menyatakan bahwa pelaksanaan pilpres dan pileg mulai tahun 2019 dilakukan secara berbarengan. Implikasinya konkrit dari putusan MK tersebut adalah dilaksanakannya pemilihan umum secara serentak yang dikenal dengan pemilihan 5 kotak suara, yakni memilih presiden & wakil presiden, DPR RI, DPD RI, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota. Hal tersebut tentu berbeda dibanding pemilihan umum pada periode periode sebelumnya, seperti 2014, 2009, dan 2004. Namun terdapat gugatan-gugatan ke Mahkamah Konstitusi seperti yang dilakukan oleh Partai Gelora terhadap pelaksanaan pemilu secara serentak karena berdasarkan pemilu 2019 terdapat banyak sekali evaluasi sehingga dianggap pemilu seharusnya tidak dilaksanakan secara serentak sekaligus, namun gugatan tersebut ditolak secara keseluruhan, artinya pemilu pada 2024 tetap dilaksanakan secara serentak.

Dinamika elektoral mendekati tanggal 14 Februari 2024 sebagai hari H pencoblosan terus memanas. Konsekuensi dari adanya pemilu serentak adalah pusat perhatian pada hari H pencoblosan akan berfokus pada pemilihan presiden dan wakil presiden, sementara pada pemilihan legislatif kurang mendapat sorotan. Fokus utama berbagai perdebatan pemilih saat ini semuanya mengarah pada calon presiden dan wakil presiden. Karena hal itu juga menjadi batasan pada penelitian ini untuk fokus dalam melihat perilaku pemilih pada ranah kontestasi pemilihan presiden dan wakil presiden karena isu mengenai calon presiden dan wakil presiden merupakan isu utama yang lebih banyak diperbincangkan daripada isu calon legislatif. Hampir seluruh konten dan pembicaraan di media sosial saat ini tertuju pada isu figure atau kandidat presiden dan wakil presiden sebagai fokus utama dalam diskusi dan perbincangan politik.

Kandidat presiden dan wakil Presiden tahun 2024 sendiri telah resmi ditetapkan oleh KPU. Terdapat 3 paslon yang akan saling bersaing satu sama lain untuk memperebutkan pucuk pimpinan negara, yakni Nomor urut 1 Anis Rasyid Baswedan-Muhaimin Iskandar, Nomor urut 2 Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka, serta nomor urut 3 Ganjar Pranowo-Mahfud MD. Ketiga

kandidat tersebut harus memperoleh 50% + 1 suara jika ingin menyelesaikan pemilu dalam satu putaran saja. Namun, jika angka 50% + 1 tidak terpenuhi, maka akan dilaksanakan putaran kedua untuk secara *head to head* menentukan pemenangnya.

Terdapat hal yang menarik dalam elektabilitas capres dan cawapres yang terus mengalami fluktuasi. Pada saat Anis Baswedan diumumkan sebagai kandidat presiden, namanya memiliki sorotan utama dalam seluruh perbincangan politik nasional karena sebagai kandidat presiden yang dideklarasikan pertama. Kemudian tidak lama berselang, Partai Gerindra juga menyusul untuk mendeklarasikan ketua umum partai mereka, yakni Prabowo Subianto sebagai capres. Pada fase ini, *head to head* antara Anis dan Prabowo masih unggul Prabowo. Kemudian, PDIP selaku partai yang memenangkan pemilu sebelumnya juga mengumumkan Ganjar Pranowo sebagai capres mereka. Pada posisi ini, urutannya berubah dengan elektabilitas tertinggi menjadi Prabowo, Ganjar, dan Anis.

Kemudian pada awal bulan Januari 2024, komposisi kembali berubah. Seperti rilis yang dilakukan oleh PRC (Political Research and Consulting) yang menyebutkan elektabilitas Prabowo-Gibran 42,4%, Anis-Imin 28%, dan Ganjar-Mahfud 21,8%. Artinya terjadi perubahan dimana Ganjar-Mahfud turun dan Anis-Imin naik. Dengan belum adanya calon yang menyentuh elektabilitas di atas 50%, kemungkinan terjadi putaran kedua sangat besar dan bukan tidak mungkin kubu yang kalah akan “dirayu” untuk bergabung kepada kubu yang menang dalam putaran pertama untuk *head to head* dalam putaran kedua. Dengan demikian, terjadinya pilihan presiden 2024 masih sulit ditebak pemenangnya.

Di sisi yang lain, mayoritas suara nasional didominasi oleh pemuda, yakni sebesar 56% suara nasional. Siapa yang bisa merebut hati para pemilih muda maka akan mendapatkan lumbung suara yang sangat besar. Selain itu, akses informasi mengalir deras kepada pemilih muda sehingga mereka memiliki *supply* informasi yang cukup untuk mengenali lebih jauh terhadap calon presiden dan wakil presiden pilihannya nanti. Oleh karena pemilu 2024 akan didominasi oleh kaum muda yang

memiliki aksesibilitas informasi yang cukup, penelitian ini menjadikan pemilih pemula sebagai bagian dari pemilih muda sebagai batasan penelitian. Pemilih pemula seperti 2 mata pisau, disatu sisi bisa bersifat rasionalis dengan informasi yang tepat, namun disisi lain juga masih rentan dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang lain.

Terdapat aspek yang lain yang menjadi krusial dalam penelitian ini, yakni aspek perebutan basis massa. Jawa Tengah dikenal sebagai kandang Petahana (PDIP) mendapatkan ancaman serius karena berpotensi terpecah ke kubu nomer 2 setelah dicalonkannya Gibran yang pada mulanya merupakan kader dari PDIP sendiri. Terlebih Kota Semarang sebagai ibu kota Jawa Tengah dengan jumlah DPT nomor 2 terbanyak di Jawa Tengah yang pada periode pemilu sebelumnya sukses menang dengan telak. Dalam seluruh batasan penelitian diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah

1. Apakah dimensi sosiologis berpengaruh terhadap perilaku pemilih pemula pada pemilihan residen dan wakil presiden tahun 2024 di Kota Semarang?
2. Apakah dimensi psikologis berpengaruh terhadap perilaku pemilih pemula pada pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2024 di Kota Semarang?
3. Apakah dimensi rasional berpengaruh terhadap perilaku pemilih pemula pada pemilihan residen dan wakil presiden tahun 2024 di Kota Semarang?

Pada rumusan masalah penelitian di atas, pendekatan atas dimensi sosiologis, psikologis, dan pilihan rasional akan diturunkan lagi menjadi pertanyaan dan hipotesis penelitian melalui variabel-variabel yang lebih terspesifik.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji teori perilaku pemilih pada konteks pemilihan presiden dan wakil residen 2024 di wilayah Kota Semarang pada sudut pandang atau perspektif pemilih

pemula. Lebih spesifik, penelitian ini berusaha untuk menjabarkan bagaimana pengaruh dari dimensi sosiologi, psikologi, dan pilihan rasional sebagai cerminan perilaku pemilih yang akan dihadapkan kepada pemilih pemula yang cenderung lebih kritis, namun di sisi lain juga masih sangat rawan terkena pengaruh eksternal. Penelitian ini juga melakukan komparasi melalui 3 pendekatan secara bersama-sama untuk melihat kecenderungan perilaku pemilih. Selain itu, riset ini juga akan menggambarkan bagaimana preferensi calon presiden berdasarkan pilihan dari pemilih pemula di Kota Semarang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan sumbangsih terhadap beberapa aspek, diantaranya adalah sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Akademisi

1. Memberikan khazanah ilmu pengetahuan terkait dinamika pada pemilu.
2. Merekonstruksi ulang kondisi perilaku pemilih pemula berdasarkan pengelompokan dimensi sosiologi, dimensi psikologi, dan pilihan rasional.

1.4.2 Bagi Pemerintah

1. Menyajikan peta konstruksi perilaku pemilih pemula bagi pemangku kebijakan terkait (KPU dan Bawaslu).
2. Untuk menentukan strategi penanganan terhadap gejolak politik yang memberikan implikasi terhadap perilaku pemilih.
3. Sebagai dasar pengambilan kebijakan untuk menangani gejolak politik yang berkaitan tentang kecenderungan pemilih.
4. Sebagai dasar untuk langkah pencegahan (*preventing*) terkait potensi-potensi kecurangan yang mungkin terjadi.

1.4.3 Bagi Masyarakat

1. Memberikan gambaran umum terutama pada orang tua terkait pilihan politik pada anaknya sebagai calon/pemilih pemula.
2. Gambaran dalam penentuan preferensi pilihan politik yang tercermin dalam dimensi sosiologis, psikologis, dan rasional.
3. Menjadi pengetahuan tambahan bagi para calon pemilih terkait potensi-potensi kandidat dalam upaya memengaruhi pemilih pada kontestasi pemilu (terutama pemilu 2024).

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Perilaku Pemilih (*Voting Behavioral*)

Dalam pemilu, karakteristik pemilih untuk menentukan pilihannya disebut perilaku pemilih. Perilaku pemilih adalah sebuah aktivitas untuk memilih calon/kandidat/partai politik/atau isu-isu lainnya yang menyangkut urusan publik. Melalui pendekatan perilaku pemilih, masyarakat dapat diidentifikasi alasan-alasan tertentu mengapa memilih calon/kandidat dan menolak kandidat lainnya. Sederhananya, teori perilaku pemilih menjelaskan pertimbangan-pertimbangan pemilih dalam menentukan pilihannya dalam perhelatan kontestasi politik. Perilaku pemilih akan menunjukkan sebuah orientasi politik warga negara sehingga dapat terklasifikasi bagaimana kecenderungan seseorang saat memilih calon atau kandidat tertentu.

Mengacu pada konteks pemilu di Indonesia dengan menggunakan Sistem Proporsional Terbuka (*Open-List Proportional System*), maka definisi memilih saat pemilu adalah memilih kandidat, bukan memilih partai dalam pemilu. Maka, konsep perilaku pemilih disini adalah alasan keputusan seseorang untuk memberikan hak suara (*voting*) terhadap calon kandidat tertentu (pemimpin atau wakil rakyat) dalam penyelenggaraan pemilihan umum. Meskipun “hanya” memilih kandidat, namun terdapat banyak faktor tertentu yang mampu menjelaskan alasan pemilihan tersebut. Pemilihan kandidat hanyalah implikasi dari sistem proporsional terbuka, namun dibelakangnya tetap menyimpan faktor lain yang menjelaskan alasan dan pertimbangan dalam pemilihan tersebut. Lebih lanjut, di

Indonesia memilih saat pemilu merupakan suatu hak, bukan kewajiban. Seperti yang dikemukakan oleh Birch (2008) bahwa ketika suatu partisipasi berbentuk voting menjadi hak, maka secara eksplisit juga diberikan hak untuk tidak memilih. Meskipun di Indonesia memilih bukanlah suatu kewajiban, namun tingkat partisipasi pemilih selalu tinggi.

Terdapat 3 pendekatan besar terhadap perilaku pemilih, yakni Sosiologis (berkaitan dengan kondisi kesamaan latar belakang misal suku, etnis, agama, dan lain-lain), Psikologis (berkaitan dengan identifikasi kepartaian serta faktor sosialisasi dimainkan), serta Rasional yakni berdasarkan keuntungan yang akan didapat (Mujani, dkk, 2012). Tiga pendekatan tersebut akan menjadi dasar teori untuk menjelaskan bagaimana perilaku pemilih.

1.5.1.1 Sociological Model (Columbia Madzhab)

Pendekatan Sosiologis adalah pendekatan yang pertama kali muncul dalam studi-studi mengenai teori perilaku pemilih (*Voting Behavior Theory*). Pendekatan ini diprakarsai oleh sarjana dari Columbia dan dipelopori oleh Paul F Lazarsfeld pada tahun 1944 dari Columbia University. Oleh karenanya pendekatan ini sering disebut sebagai Mazhab Columbia (*Columbia School*). Model ini berangkat atas sebuah asumsi bahwa perilaku pemilih ditentukan oleh sebuah karakter sosiologis para pemilih (*voters*) dengan kelas sosial, agama, etnik, kedaerahan, atau kesamaan latar belakang lain yang menyangkut sebuah basis sosial atau identitas sosial lainnya (Papilaya & Rahmawati, 2018: 6).

Lebih lanjut, model sosiologis berasal dari teori lingkaran sosial dimana menurut teori ini setiap manusia terikat atas sebuah lingkaran sosial yang tidak bisa untuk dilepaskan yang memengaruhi kecenderungan preferensi memilih. Kecenderungan dalam lingkaran sosial dapat termanifestasikan dalam kesamaan etnis, suku, gender, agama, kelas ekonomi, serta berbagai kesamaan identitas lain. Model sosiologi memberikan penegasan bahwa preferensi atau sebuah kecenderungan pilihan adalah sebuah cerminan terhadap posisi basis sosial atau kelas sosial dari kelompok mana mereka berasal. Sederhananya, model sosiologis

memberikan *voting* atas representasi mereka pada kelas atau basis sosial tertentu yang menunjukkan bahwa dia bagian dari kondisi kelas tersebut.

Sebenarnya, pendekatan Sosiologis masih terhitung sangat mirip dengan politik aliran yang dicetuskan oleh Clifford Geertz. Kesamaan keduanya adalah sama sama menggunakan orientasi kesamaan sosial sebagai kategorisasi. Namun Geertz memasukkan unsur tradisi atau budaya dalam pandangannya. Pendekatan sosiologis juga bukan sepenuhnya merupakan pengalaman secara individual, namun adakalanya menurut kelompok atau golongan yang diikuti. Artinya perilaku memilih cenderung mengikuti alur arah predisposisi politik lingkungan sosial dari kelompok atau golongan tersebut berasal (Yustiningrum & Ichwanuddin, 2016: 119). Hal ini memberikan afirmasi bahwa golongan atau kelompok memberikan sumbangsih yang besar terhadap kecenderungan memilih dalam menentukan pilihannya. Apalagi di negara majemuk seperti di Indonesia yang memiliki basis sosial yang sangat beragam menjadikan teori ini masih cukup relevan pada kondisi tingkat heterogonsi yang tinggi.

Dalam penelitian ini, terdapat 2 variabel bebas dari dimensi sosiologi yang akan digunakan untuk menjelaskan perilaku memilih pemula pada pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang, yakni variabel kelompok pertemanan dan varibabel kelompok keagamaan. 2 Varibel bebas tersebut diambil dari tesis Mardhatila (2018) yang mengambil konsep dari riset Haug A. Bone dan Austin Ranney (1976) yang mendeskripsikan bagaimana kelompok sosial atau basis sosial bekerja, yakni *categoric groups* dan *secondary groups*. Definisi *category groups* berisi karakteristik yang tidak bermuatan politis seperti organisasi perkumpulan pelajar, sementara *secondary groups* bekerja pada kesadaran politis seperti etnik, kelompok pertemanan, dan pekerjaan (Mardhatila, 2018).

Variabel pertemanan digunakan dalam penelitian ini atas dasar asumsi bahwa lingkaran terdekat dari lingkungan sehari-hari dari memilih pemula adalah kelompok pertemanan. Ditambah aktivitas dari memilih pemula yang berada pada kisaran 17 tahun yang cenderung memiliki intensitas pertemuan dan komunikasi

yang tinggi bersama teman-teman sebayanya di Sekolah. Kemudian pada variabel kelompok agama dipilih atas dasar bahwa identitas agama merupakan suatu identitas yang mengakar kuat pada tradisi di Indonesia secara umum yang berpotensi besar dalam memengaruhi pilihan politik. Dengan demikian, pada pendekatan dimensi sosiologis memilih 2 variabel tersebut untuk diturunkan menjadi indikator penelitian yang akan mengukur faktor sosiologis seseorang dalam menentukan preferensi pilihan politiknya.

1.5.1.1.1 Variabel Kelompok Pertemanan

Basis kelompok atas dasar pertemanan mampu memberikan pengaruh atas preferensi pilihan politik. Penelitian Bone dan Ranney tahun 1976 di Amerika Serikat menunjukkan pengaruh signifikan yang tinggi atas basis loyalitas pertemanan (Mardhatila, 2018). Lebih lanjut, riset dari Bone dan Ranney mengkonfirmasi bahwa jika sirkel pada lingkungan pertemanan memilih Partai Republik, maka tingkat kemungkinan akan memilih partai yang sama mencapai 88%. Hal yang sama ditemukan saat sirkel pertemanan terdekat memilih Partai Demokrat, maka tingkat kemungkinan untuk memilih partai yang sama mencapai 85%. Fakta dari temuan Bone dan Ranney diatas menunjukkan bahwa lingkungan terdekat, yakni pertemanan memiliki determinasi pada preferensi pilihan politik. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa individu tidak mau melawan preferensi suatu kelompok yang bisa menimbulkan gesekan yang mengakibatkan suatu individu menjadi terasing dari lingkaran sosial, dalam hal ini adalah sirkel pertemanan.

Predisposisi dari suatu grup pertemanan yang dekat setiap hari dan menghabiskan banyak waktu secara bersama (intensitas yang tinggi) secara tidak langsung mampu untuk menjadi identitas sosial yang mencerminkan perilaku pemilih darimana dia berasal. Hasil Riset dari Bone & Ranney dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi seseorang mengidentifikasi dirinya dengan suatu grup atau sirkel kelompok pertemanan, semakin besar juga pengaruh yang akan diterima suatu individu atas kelompok tersebut. Jika pengaruh yang diterima cukup besar, maka pilihan politik juga akan mengikuti mayoritas dari lingkungan tersebut untuk

menunjukkan loyalitasnya. Dalam hal ini, pemilih pemula diduga menjadikan loyalitas dalam sirkel pertemanan sebagai salahsatu faktor dalam pilihan politik untuk memilih calon atau kandidat dalam pemilu.

1.5.1.1.2 Variabel Kelompok Keagamaan

Agama memiliki tempat khusus dalam kehidupan manusia dan corak pemikiran serta pemahaman yang didapat pada suatu komunitas, organisasi, golongan, atau kelompok tertentu akan membentuk perilaku para pengikutnya, kemudian mampu memengaruhi terhadap perilaku politik seseorang (Sudrajat, 2002). Di Indonesia, agama merupakan basis sosial yang sangat kuat dan mengakar sehingga menjadi suatu kelas sosial yang sangat besar dan diperhitungkan. Hal tersebut sesuai dengan perilaku pemilih sosiologi bahwa perilaku pemilih memiliki predisposisi dari mana ia berasal. Dalam hal ini, agama merupakan suatu identitas yang membentuk suatu lingkaran sosial sehingga perilaku pemilih dapat tercermin dari identitas tersebut. Hampir pada semua kontestasi politik (apalagi sekelas pilpres) akan memperebutkan basis agama sebagai sebuah strategi yang menguntungkan karena dinilai mampu menyumbangkan suara yang besar. Selain itu, kelompok keagamaan juga berdiri atas aturan-aturan atau norma yang harus dipatuhi dan dilaksanakan. Jika terdapat kecenderungan pada organisasi atau kelompok agama untuk condong ke salahsatu pasangan calon, secara otomatis individu yang menjadi bagian dari kelompok keagamaan tersebut akan memiliki predisposisi pilihan yang sama dengan kelompoknya

Mengakarnya agama sebagai suatu identitas pada seseorang akan membentuk suatu kelompok atau organisasi. Sebagaimana apa yang dikemukakan oleh Mardhatila (2018) yang mengambil temuan dari Bone dan Ranney yang menemukan fakta bahwa grup atau kelompok memiliki pengaruh yang tinggi terhadap preferensi pilihan politik. Perkumpulan atas basis identitas tersebut akan membentuk suatu persepsi untuk menunjukkan kecenderungannya, termasuk atas preferensi pilihan politik. Dihadirkan variabel agama pada pendekatan sosiologis disini juga sebagai bentuk penggambaran yang mempersepsikan pemuda lebih cenderung rasionalis daripada sosiologis, maka asumsi tersebut akan dibuktikan

lewat variabel ini. Selain itu, pada pilihan presiden dan wakil presiden edisi terakhir, yakni tahun 2019 memiliki polarisasi yang sangat tinggi dimana ormas agama menunjukkan eksistensinya untuk ikut memengaruhi suara pemilih.

1.5.1.2 Psychological Model (Michigan Madzhab)

Pendekatan psikologi hadir atas ketidakpuasan dari pendekatan sosiologi. Pendekatan ini pertama kali dikembangkan dan digunakan oleh Survey Universitas Michigan (*University of Michigan's Survey Research Centre*) dalam menganalisis perilaku pemilih menggunakan kedekatan psikologi para pemilih. Jika pada pendekatan sebelumnya (madzhab sosiologi) lebih menekankan pada suatu kerangka sosial yang membentuk sebuah preferensi pemilih, pada pendekatan psikologi lebih memusatkan perhatian pada individu. Konsep ini lebih menitikberatkan sikap dan sosialisasi untuk menjelaskan perilaku pemilih. Model Psikologi menggunakan tiga elemen utama, yakni penilaian atau figure kandidat, penilaian terhadap tema-tema yang akan diangkat, serta identifikasi partai (Yustiningrum & Ichwanuddin, 2016:130).

Lebih lanjut, konsep kunci dalam pendekatan ini adalah sikap dan sosialisasi. Hal tersebut dikarenakan menurut pendekatan psikologis, yang memberikan pengaruh terhadap pemilih bukanlah basis atau kelompok sosial yang membentuk identitas, namun lebih kepada bagaimana kesuksesan dalam sosialisasi yang dijalankan. Jika sosialisasi dijalankan dengan baik, otomatis figure, identitas partai, atau tema yang akan dibawa akan sampai kepada pemilih. Konsep ini sebagai kritikan terhadap konsep sosiologis yang hanya menekankan identitas sosial sebagai tolak ukur dan parameter sebuah pemilih.

Dalam pendekatan psikologi juga menekankan rasa kedekatan emosional terhadap apa yang menjadi afiliasi atau identifikasinya. Hal tersebut secara tidak langsung membentuk apa yang disebut 'ikatan keanggotaan psikologi' terhadap sebuah partai, hal tersebut dikenal dengan istilah *Party ID* atau *Party Identification*. *Party Identification* adalah suatu orientasi individu terhadap partai yang bersifat permanen, solid, dan kuat. Hal tersebut terjadi karena adanya kedekatan emosional

pada partai. Adanya *Party ID* menggambarkan kesuksesan sosialisasi partai politik sehingga identifikasi partai diterima oleh masyarakat. Contoh yang menggambarkan kesuksesan *party ID* adalah PDIP di Jawa Tengah. Partai tersebut memiliki basis emosional yang kuat terhadap partai sampai pada *grassroot* atau akar rumput

Persepsi penilai pribadi terhadap kandidat juga turut memengaruhi dalam pendekatan ini. Ketokohan atau figure sebuah kandidat dapat menjadi preferensi khusus bagi pemilih psikologi. Meskipun rasa kedekatan emosional dengan partai sudah terbentuk, namun ketokohan kandidat juga menentukan dalam preferensi pemilih. Ketokohan kandidat dan lingkungan kandidat seperti kedekatan dengan partai tertentu, sahabat atau teman politik, atau lingkungan yang membesarkan namanya juga turut menjadi perhatian, artinya seluk beluk kandidat dapat memberikan pengaruh secara signifikan.

Mempertimbangkan subjek penelitian adalah pemilih pemula yang memiliki informasi yang cukup melimpah namun belum teridentifikasi kepartaiannya, maka penelitian ini menggunakan 2 variabel untuk menjelaskan pendekatan psikologis, yakni kualitas tokoh/figure kandidat dan Informasi Politik. Pemilih pemula yang belum teridentifikasi secara kuat pada afiliasi partai tertentu menjadikan proses psikologis yang terbentuk dapat dilihat bagaimana dia dalam mempersepsikan tokoh melalui keterimaan informasi yang diterima. Keputusan dalam memilih 2 indikator tersebut diambil dari penelitian Saiful Mujani,dkk (2012) dalam mengukur faktor psikologis pemilih di Indonesia.

1.5.1.2.1 Variabel Figur Kandidat/Citra Kandidat

Kualitas dari tokoh akan ikut mempengaruhi suatu pemilih dalam menentukan pilihannya. Dalam variabel ini, kedekatan dengan figure akan membentuk ikatan emosional sehingga secara psikologis terjadi perasaan yang kuat dan mengakar. Figure kandidat ini sangat menentukan bagaimana persepsi pemilih. Dalam pandangan pemilih, kandidat memiliki tempat khusus dimata pemilihnya akan membentuk ikatan psikologis antara dirinya dan tokoh tersebut sehingga

pilihannya bisa sangat kuat dan susah untuk dirubah akibat faktor psikologis yang telah tertancap dan mengikat emosionalnya.

Terbentuknya ikatan emosional berbasis psikologi yang mengikat antara pemilih dan calon dapat terjadi dari beberapa hal, namun yang paling dominan adalah identifikasi partai. Namun, secara umum pemilih pemula yang masih banyak duduk di kursi sekolah mengindikasikan bahwa mereka cenderung belum teridentifikasi kepartaiannya. Mereka dapat mempersepsikan ikatan psikologi di luar dari identifikasi partai, yakni persepsi dan identifikasi terhadap figure kandidat. Maka, alasan pemilih suka dengan figure kandidat, baik presiden maupun wakil presidennya mengindikasikan terjadinya ikatan psikologis secara emosional dari dalam diri pemilih. Salahsatu sebab mereka mampu mengidentifikasi suka dengan figure kandidat adalah dengan informasi yang mereka terima dari berbagai media, terutama media digital.

1.5.1.2.2 Variabel Informasi Politik

Diterimanya sebuah informasi politik menjadi suatu faktor yang akan berpengaruh terhadap preferensi pemilih. Hal tersebut dikarenakan informasi yang diterima akan membentuk persepsi tentang bagaimana calon yang akan dia pilih. Dalam pendekatan psikologis, salahsatu faktor kunci yang harus dikedepankan adalah sosialisasi. Saat ini, sosialisasi sangat menentukan diterimanya informasi politik yang akan dikampanyekan kepada para pemilih. Dengan demikian, faktor bagaimana informasi politik dapat diterima oleh sebagian besar pemilih (yang merupakan kalangan muda) dengan akseibilitas media digital menjadi sangat krusial. Saat ini, pemilih pemula yang mampu bersifat kritis akan mencari informasi politik secara cepat dan akurat. Oleh karenanya, untuk memenangkan kontestasi politik, diperlukan sosialisasi politik untuk memberikan informasi politik yang cukup sehingga para pemilih memiliki alasan yang kuat untuk memilih kandidat atau calon.

Informasi politik yang diterima menjadi penentu bagaimana pemilih akan mempersepsikan kandidatnya. Sederhananya, ikatan psikologis ditempuh melalui daya informasi baik secara kuantitas maupun kualitas yang diterima oleh pemilih. Secara tidak sadar, informasi politik terutama dari media digital (terutama media sosial) akan ikut memengaruhi terhadap persepsi calon kandidat. Jika proses psikologis yang diterima dari informasi politik yang didapatkan terus menerus negatif, maka dia juga akan mempersepsikan negatif. Sebaliknya, jika informasi politik yang diterima adalah sebuah hal baik dari calon kandidat, maka dia akan mempersepsikan positif calon tersebut. Maka dalam hal ini, media digital berpengaruh sangat besar karena mampu menggiring opini untuk membentuk persepsi baik buruknya calon kandidat, apalagi sasaran adalah pemilih pemula yang memiliki akses media sosial yang cukup baik. Secara sederhana, proses psikologi dalam penelitian ini ditempuh lewat persepsi calon/kandidat lewat penerimaan informasi yang didapatkan oleh pemilih

1.5.1.3. Pilihan Rasional (*Rational Choice*)

Manusia merupakan objek dari ilmu sosial yang bersifat sangat dinamis dan kapanpun bisa untuk berubah. Dalam keberjalannya sejak model sosiologis ditemukan, terdapat berbagai macam kritik kepada teori tersebut yang hanya mampu menjelaskan perilaku pemilih dari basis sosial atau kelas sosial berasal. Predisposisi tersebut dinilai kurang memuaskan karena perilaku pemilih harus dihubungkan atau diasosiasikan dengan kondisi lain. Maka, ditemukan konstruksi perilaku pemilih lain (selain model sosiologis dan psikologis) yang dapat digunakan untuk mengukur bagaimana predisposisi perilaku pemilih bekerja. Pendekatan tersebut adalah pendekatan *Rational Choice* atau pilihan rasional.

Menurut Dieter Roth (dalam Yustiningrum & Ichwanuddin, 2016: 121) *Rational Choice* Model atau model pendekatan rasional merupakan pendekatan yang lahir dan diadaptasi dari disiplin ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi digunakan untuk memberikan penjelasan bahwa perilaku seseorang untuk memilih (*voting behavior*) akan menggunakan perhitungan untung-rugi (*cost and benefits*), yakni dengan mengkalkulasi apa dampak atau efek yang bisa diterima di masa yang akan datang

jika memilih kandidat atau calon tertentu. Asumsi model rasional ini adalah pemilih pada dasarnya akan bertindak mengikuti apa yang menguntungkan mereka. Mereka akan mengikuti arus terhadap pilihan-pilihan yang memberikan keuntungan. Jika pemilu adalah memilih dari sekian pilihan calon yang ditawarkan, maka pemilih akan memilih kandidat yang paling mampu dan memungkinkan untuk memberikan mereka keuntungan. Pilihan rasional meletakkan model dalam segi ekonomistik, yakni jika terdapat pertukaran keuntungan sebagaimana terjadi dalam mekanisme pasar, maka hal tersebut juga dapat menjelaskan “pertukaran” suara dalam politik (Agustino & Yusoff, 2012: 1142)

Lebih lanjut, pendekatan ini pertama kali diperkenalkan oleh Antony Downs pada tahun 1957 dalam bukunya yang berjudul *An Economic Theory of Democracy* yang mendefinisikan rasionalitas sebagai bentuk usaha untuk memperoleh sesuatu atau mencapai tujuan dengan cara yang paling reasonable (Yustiningrum & Ichwanuddin, 2016: 121). Pendekatan ini mengatakan bahwa perilaku pemilih tidak lagi hanya terlepas bagaimana kerangka sosial atau keberhasilan sosialisasi sebagaimana diungkapkan model sosiologi dan psikologi, namun juga mempertimbangkan rasa kebutuhan dari diri individu itu sendiri. Kalkulasi ekonomi menjadi pusran utama dalam membingkai bagaimana cara pemilih bekerja. Demokrasi (representative) diibaratkan sebuah arena pasar terbuka. Layaknya sebuah pasar pasti ada *supply* (penawaran) dan *Demand* (permintaan). *Supply* disini adalah partai, sementara *Demand* disini adalah pemilih, dua duanya ingin diuntungkan. Partai ingin berkuasa, sementara pemilih menginginkan keuntungan dari partai yang berkuasa. Maka dalam sudut pandang ekonomi, pemilih jenis ini (*rational choice*) hanya akan ada jika apa yang ditawarkan oleh partai bertindak rasional dengan mengikuti permintaan dari pemilih.

Pemilih jenis ini juga disebut sebagai *swings voters* karena mereka tidak menetap pada keputusan final, namun mereka dapat berubah-ubah tergantung jenis isu atau program apa yang ditawarkan dan diperjuangkan oleh partai atau kandidat. Jika isu tersebut merupakan bagian dari apa yang menurutnya penting, sepemikiran dengan apa yang diinginkan, serta itu dapat memberikan keuntungan bagi dia di

masa depan, maka pemilih jenis ini akan memilih kandidat/partai tersebut. Hal tersebut juga berlaku sama sebaliknya. Sehingga yang dilihat bukan lagi identitas atau kondisi kelas sosial yang melekat, namun tentang isu apa yang dimunculkan dan apakah itu menguntungkan bagi dia.

Di negara-negara yang telah mapan dalam demokrasi, *swings voters* ini akan melihat bagaimana *standing position* baik partai maupun kandidat dalam memperjuangkan isu yang ada maupun isu yang dimunculkan. Apakah pro atau kontra. Dengan demikian, sebelum memilih, kandidat akan mengumpulkan informasi yang ada untuk menentukan bagaimana problem atau isu yang diangkat, bagaimana kebijakannya, serta apakah itu menguntungkan untuk dia. Sehingga dengan adanya *swing voters* ini, pertarungan arena pemilu menjadi adu ide, isu, gagasan, serta berlomba-lomba untuk mencari kebijakan yang baik dalam rangka mencari perhatian pemilih. Pendekatan partai atau kandidat dalam memenangkan hati pemilih bukan lagi bergaya populis selayaknya mayoritas model sosiologis atau bergantung kepada sosialisasi selayaknya model psikologi

Namun dalam studi negara berkembang, model rasional ini berbeda dengan negara yang telah mapan cara berdemokrasinya. Titik perbedaannya adalah mengenai objek rasional yang dipilih. Pada negara yang demokrasinya telah mapan, objek rasional yang dipilih adalah isu maupun kebijakan yang akan diangkat, sehingga pemilih akan menentukan sikap bagaimana apakah kebijakan tersebut menurutnya menguntungkan dia atau tidak. Jika menguntungkan dia, maka dia akan memilih. Kemudian pada pemilu selanjutnya, jika dia tidak suka maka tidak akan dipilih. Oleh karena itu pemilih seperti ini dapat *swings* atau bertukar tempat tergantung pada apa yang ditawarkan kepada mereka.

Pada negara berkembang, muncul persepsi bahwa *swing voters* hanyalah mitos belaka karena massifnya politik uang di tingkat massa. Hal tersebut dikarenakan objek rasional yang dipilih bukanlah atas dasar isu atau kebijakan yang ditawarkan, melainkan tawaran lain yang menguntungkan pemilih dalam bentuk pragmatis, yakni politik uang. Politik uang adalah gambaran pemilih rasional

namun berbentuk pragmatis, artinya pemilih tetap ‘rasional’ untuk berfikir apa yang menguntungkan mereka, namun dalam jangka pendek dan pragmatis dengan skema uang yang diterima saat pemilu. Dalam bahasa sederhana, uang adalah bentuk dari cara instan atau cara tercepat yang menguntungkan bagi pemilih saat pemilu.

Dikatakan pragmatis karena konsep rasionalisasi oleh pemilih hanya bersifat sangat instan. Pemilih mengabaikan konsekuensi dari adanya tindakan politik uang dalam jangka panjang, yang terpenting baginya adalah bagaimana dia diuntungkan dari adanya pemilihan umum, yakni menerima uang. Terdapat faktor lain yang mampu menjelaskan mengapa pemilih memilih pragmatis, yakni karena kandidat atau calon cenderung mengabaikan janjinya atau visi misinya ketika masa kampanye, sehingga masyarakat seolah ditinggal ketika kandidat sudah terpilih. Dengan demikian, rakyat berfikir instan dan pragmatis daripada tidak mendapatkan apa-apa, maka lebih baik mengambil keuntungan yang ada selagi bisa untuk didapat. Jika yang ditawarkan adalah uang, maka masyarakat akan mengambil uang tersebut.

Secara umum, politik uang atau *money politics* merupakan suatu upaya untuk memberikan sebuah pengaruh dengan imbalan tertentu. Sederhananya, politik uang berarti tindakan jual beli suara pada saat atau menjelang hari pencoblosan untuk memilih atau kandidat tertentu. Ibrahim Badoh & Abdullah Dahlan (dalam Sjafriana, 2019) memberikan pengertian bahwa politik uang merupakan praktek dalam sebuah tahapan pemilu yang dapat dipengaruhi oleh uang dengan konsekuensi diuntungkannya salahsatu partai politik atau kandidat yang berarti tidak diuntungkannya partai politik atau kandidat yang lain. Dengan demikian, bergulirnya sirkulasi uang dalam pembelian surat suara saat pemilu menunjukkan adanya politik transaksional untuk memenangkan kontestasi atau pertarungan saat pemilu.

Menurut Supriyanto (dalam Fitriah, 2012) terdapat 4 lingkaran operasionalisasi bekerjanya politik uang, terutama saat Pilkada. :Lingkaran 1, transaksi pemilik modal/uang (elit ekonomi) dengan calon kepala daerah,

Lingkaran 2, transaksi calon dengan partai politik untuk “menyewa” tumpangan, Lingkaran 3, Transaksi calon dengan petugas pilkada yang memiliki wewenang untuk menghitung suara, serta Lingkaran 4, transaksi antara calon dan tim kampanye dengan massa pemilih. Pada lingkaran 4 inilah disebut dengan *vote buying* karena dilakukan pembelian suara langsung kepada pemilih melalui berbagai bentuk imbalan seperti membagikan uang, sembako, pembantuan rumah ibadah, ‘serangan fajar’, dan lain-lain. Pada ranah *vote buying* inilah konteks politik uang biasanya rawan terjadi ketika pemilu karena terjadi secara massif serta sangat sulit untuk dikontrol dan hal tersebut biasanya mendapatkan pembenaran dari masyarakat yang diuntungkan.

Pada penelitian ini, terdapat 2 variabel yang menggambarkan perilaku pemilih rasionalis, yakni rasionalis bersifat pragmatis (politik uang) dan rasionalis yang berorientasi terhadap isu (visi, misi, program, dan lain-lain). 2 variabel tersebut dijadikan dalam pijakan keputusan karena dasar yang dikemukakan Anthony Downs pada teori ini adalah atas dasar untung dan rugi (*cost and benefits*)., Namun di sini terdapat 2 macam model rasionalis, yakni pertimbangan untung rugi yang bersifat instan (politik uang) dan untung rugi yang berorientasi dalam jangka panjang yang termanifestasi dalam isu-isu yang harus ditangani melalui visi dan misi atau program dari kandidat.

1.5.1.3.1 Variabel Politik Uang

Pada dasarnya, teori ini merupakan teori pilihan rasional yang menyederhanakan alasan seseorang pemilih, yakni apabila calon atau partai tersebut dipandang dapat membantu pemilih memenuhi kepentingan dasarnya yaitu kehidupan ekonomi (Mujani, 2012: 33). Namun teori *rational choice* dalam negara berkembang lebih mengutamakan pragmatisme, yakni pilihan yang menguntungkan dalam bentuk instan, yaitu *money politics*. Sehingga *rational choice* dalam penelitian ini “dibingkai” dengan pragmatisme yang berwujud politik uang. *Money Politics* atau politik uang merupakan suatu upaya dalam rangka mempengaruhi orang lain dengan menggunakan imbalan materi atau dapat juga diartikan jual beli suara pada proses politik/kekuasaan dan tindakan membagi-

bagikan uang (baik milik pribadi partai politik dan tim sukses) untuk mempengaruhi suara pemilih (Chairuddin, 2015 :5).

Secara garis besar, politik uang terjadi dalam 2 bentuk. Pertama di tingkat elit seperti calon presiden, DPR, DPRD, gubernur, bupati, serta wali kota yang akan maju dalam proses pemilihan. Setiap calon tersebut harus “menyewa kapal” partai politik, kampanye, serta konsultan yang akan diperkarakan di Mahkamah Konstitusi. Kedua adalah politik uang di tingkat massa yang berbentuk *vote buying* atau jual beli suara di level masyarakat (Muhtadi, 2013: 47). Namun, banyak kajian studi partisipasi lebih memfokuskan eksistensi politik uang sebagai jual beli suara di tingkat massa karena hal tersebut akan mencerminkan pragmatisme perilaku pemilih.

Variabel ini mengukur bagaimana persepsi perilaku pemilih tentang penggunaan uang sebagai alat untuk memengaruhi perilaku pemilih. Hal tersebut bertujuan untuk melihat tingkat rasionalis yang bersifat pragmatis dari para pemilih yang terlacak sangat signifikan pada pemilu periode terakhir, yakni pada 2019 (Kasim, 2019). Asumsi dari variabel ini adalah pemilu merupakan ajang tahunan yang diselenggarakan oleh negara, oleh karenanya para pemilih pragmatis akan berusaha memanfaatkan momen ini untuk mendapatkan keuntungan materiil berupa uang atau setara dengan uang (sembako, hadiah, dan lain lain). Banyak asumsi yang menyatakan bahwa mayoritas dari calon atau kandidat hanya perduli kepada mereka ketika musim kampanye saja, setelah itu mereka merasa “ditinggalkan” dan aspirasinya sudah dihiraukan ketika mereka terpilih. Oleh karena jalan pragmatisme ditempuh untuk tetap mendapatkan keuntungan walau bersifat instan dan jangka pendek.

Para pemilih jenis ini berusaha menggapai kemungkinan keuntungan yang bisa mereka capai, yakni sesuatu yang ditawarkan secara konkret kepada mereka (mengambil uang). Jika berharap calon/kandidat akan kembali dan memperjuangkan aspirasinya dirasa sangat kecil kemungkinannya. Dengan demikian, para pemilih tidak mau rugi dua kali. Hal tersebut merupakan sebuah

rahasia umum, yakni sebuah hal yang telah diketahui secara umum dan menjadi fakta yang diketahui semua orang. Oleh karena itu, melalui variabel politik uang ini akan mendeskripsikan bagaimana persepsi pemilih pemula terhadap orientasi yang bersifat pragmatis yang termanifestasi dalam wujud politik uang.

1.5.1.3.2 Variabel Orientasi Isu

Isu merupakan suatu topik tertentu yang diharapkan oleh pemilih dapat ditangani oleh kandidat. Sehingga, pemilih yang berorientasi pada isu akan melihat bagaimana program dan visi misi yang akan ditawarkan oleh kandidat untuk menyelesaikan permasalahan atau isu tersebut. Dengan demikian, perilaku pemilih akan tercermin dengan melihat apa yang bisa ditawarkan oleh kandidat sebagai acuan dan standar dalam memilih. Perilaku pemilih rasionalis yang berorientasi pada isu-isu yang dibawakan akan cenderung bersifat kritis dalam melihat bagaimana permasalahan yang ada. Orientasi isu akan berdampak kepada para pemilih. Pemilih yang memiliki permasalahan ekonomi tentu akan memilih kandidat yang memiliki program pengentasan kemiskinan. Pemilih dari golongan pekerja tentu akan memilih calon yang memberikan kesejahteraan terhadap gaji dan tunjangan, pemilih dari golongan aktivis lingkungan tentu akan memilih calon yang menawarkan program penyelesaian masalah lingkungan dan krisis iklim, dan seterusnya. Artinya, pemilih akan memilih sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi dari masing-masing pemilih.

Orientasi isu dipandang sebagai hal yang cukup krusial karena melalui hal ini pemilih dapat menilai secara objektif terhadap permasalahan-permasalahan yang diangkat dan diprioritaskan oleh kandidat. Lalu isu atau permasalahan tersebut akan berusaha dijawab melalui program-program yang dibawakan oleh kandidat. Secara general, isu merupakan turunan dari visi dan misi kandidat presiden dan wakil presiden karena memuat berbagai permasalahan-permasalahan yang diaspirasikan, kemudian termanifestasi dari program yang ditawarkan oleh kandidat kepada pemilih. Jenis pemilih ini tidak berbicara terhadap lingkaran sosial selayaknya sosiologis, ataupun psikologis yang terbentuk karena faktor sosialisasi, namun akan

jauh lebih condong terhadap isu yang dibawakan dan dijawab melalui program-program kandidat.

1.5.1.4. Konsep Loyalitas Politik

Selain dasar pijakan tentang teori perilaku pemilih untuk menjelaskan variabel-variabel bebas sebagai bahan uji pada penelitian ini, konsep tentang loyalitas politik juga dihadirkan sebagai kerangka teoritis lainnya mengenai perilaku loyal pemilih pemula pada pilihan Presiden dan Wakil Presiden tahun 2024 di Kota Semarang. Menurut Robert Paul Wolff sebagaimana dikutip oleh Combs (1974) menyatakan bahwa konsep mengenai loyalitas terdiri atas dua aspek umum, yakni *attitudinal* atau sebuah sikap dan *behavioral* atau sebuah perilaku (Mardhatila, 2018). Lebih lanjut Mardhatila menjelaskan bahwa sikap yang memberikan kecenderungan atau condong terhadap sesuatu dapat dikatakan sebagai loyalitas. Namun, terdapat juga bentuk loyalitas atas dasar sebuah model perilaku yang memberikan kecenderungan bahkan dukungan terhadap objek loyalitas.

Selanjutnya, Mardhatila (2018) yang mengutip John Schaar dalam bukunya *Loyalty in America* (1957) menjabarkan secara spesifik tentang loyalitas politik. Loyalitas politik menurut Schaar diberikan secara bebas atau independen dalam menentukan posisinya terhadap sebuah objek tertentu. Schaar berpendapat bahwa jika seseorang itu bersifat loyal, maka dia harus mewujudkan hal tersebut terhadap tindakan secara intens dalam bentuk emosional. Loyalitas politik berarti kesetiaan pada sebuah tujuan (cita-cita) pada institusi politik. Sehingga, manifestasi dari sebuah loyalitas politik adalah dengan sebuah orientasi/kecenderungan secara emosional dalam mendukung subjek politik tertentu, seperti komunitas politik, pemerintahan, atau pemimpin tertentu. Dengan adanya dukungan secara emosional, berarti suatu subjek dikatakan loyal atau setia dalam perannya mendukung secara penuh dengan melibatkan tingkat emosional yang intens yang terdapat dalam dirinya. Dalam penjelasan lebih lanjut, Schaar berpendapat bahwa primordial sebuah loyalitas politik timbul dari asosiasi yang merupakan sebuah sentiman yang menunjukkan keterikatan terhadap suatu objek di luar dirinya (eksternal).

1.5.1.4.1 Loyalitas Pemilih Presiden dan Wakil Presiden 2024

Mengacu pada konsep loyalitas politik, pemilih merupakan bagian dari loyalitas politik saat menentukan pilihannya. Berkaitan dengan studi perilaku pemilih pemula pada pilihan presiden dan wakil presiden tahun 2024 di Kota Semarang, maka penelitian ini mengacu pada pendefinisian dari Schaar (yang dikutip dari Mardhalita, 2018) bahwa loyalitas politik merupakan kecenderungan seseorang secara emosional untuk mendukung suatu komunitas politik, pemerintahan, atau pemimpin politik tertentu yang menurutnya sesuai dan ideal untuk dirinya. Dalam hal ini, loyalitas politik ditunjukkan melalui sebuah sikap, yakni sikap untuk presiden dan wakil presiden 2024 melalui perspektif pemilih pemula. Artinya, pemilih pemula akan menentukan loyalitas politik mereka melalui *voting*/pemilihan terhadap presiden dan wakil presiden. Pasangan calon presiden dan wakil presiden pada tahun 2024 juga telah ditetapkan oleh KPU beserta nomor urutnya, yakni Paslon 1 Anis Rasyid Baswedan ; Paslon 2 Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka ; serta Paslon 3 Ganjar-Mahfud MD. Loyalitas politik di sini diartikan untuk memilih dari 3 kandidat tersebut melalui variabel turunan dari berbagai macam karakteristik pemilih

Adapun variabel turunan untuk menguji basis loyalitas politik terhadap pilihan presiden dan wakil presiden menggunakan beberapa variabel turunan dari Combs tahun 1974 sebagaimana dikutip oleh Mardhalita (2018), yakni Gender (jenis kelamin), Agama, Tingkat Pendapatan. Adapun pada variabel tingkat pendapatan, dikarenakan objek penelitian merupakan pemilih pemula yang masih duduk di bangku sekolah, maka pada variabel ini dimodifikasi menjadi pendapatan orang tua (tidak merubah substansi atas dasar background perekonomian). Selain itu, ditambahkan satu variabel turunan baru, yakni variabel geografis wilayah. Dalam hal ini, penelitian ini ingin menguji apakah terdapat perbedaan antara perilaku pemilih urban (sentral kota/perkotaan) dengan daerah pinggiran kota/desa (rural). Hal tersebut digunakan atas indikasi bahwa terdapat kecenderungan perbedaan perilaku pemilih dari 2 wilayah yang berbeda. Ilmuan Politik Amerika Serikat, Jonathan Rodden (2019) mengungkapkan bahwa terdapat polarisasi yang besar di

Amerika terhadap faktor geografis, yakni Perkotaan dan Pedesaan. Dalam hal ini, Partai Demokrat merepresentasikan atas wilayah urban/kota sementara Partai Republik merepresentasikan atas pinggiran kota (pedesaan/rural). Hal tersebut berimplikasi pada perilaku pemilih karena Partai Republik dan Demokrat merupakan partai dengan ideologi yang berlawanan. Setidaknya, dari segi isu keduanya bertentangan. Selain itu, faktor kebenaran informasi yang didapatkan juga akan memengaruhi faktor determinan pemilih dimana hal tersebut dipengaruhi oleh letak geografis. Daerah kota sudah terbiasa dengan konsumsi yang beragam dan kontradiktif dibanding individu yang hidup di pedesaan (Syafhendry, 2018:73).

1.5.2 Generasi Internet (Net Generation)

Evolusi digital memungkinkan para pemilih (*voters*) mengakses informasi yang lebih komprehensif, terlebih penelitian ini berusaha melihat bagaimana perilaku pemilih dalam pandangan pemilih pemula. Lebih spesifik, pemilih pemula di sini adalah pemilih muda yang lahir sebagai generasi z. Generasi tersebut (gen z) terbekali oleh berbagai fasilitas digital seperti internet yang lebih informatif daripada generasi-generasi sebelumnya. Oleh karena itu, sebagai pemilih yang lahir dari kemapanan teknologi digital, gen z memegang peranan yang krusial dalam kapasitasnya menjadi pemilih. Terlebih, saat ini kampanye calon sebagian besar dilakukan di internet. Di sanalah sebagai arena pertarungan narasi untuk menggaet perhatian pemilih.

Secara umum di Indonesia bahkan di seluruh belahan dunia, terjadi perubahan yang signifikan antar generasi yang mengantarkan kaum muda saat ini bertransformasi menjadi individu-individu yang mengandalkan dunia digital sebagai perangkat baru dalam orientasi kehidupan mereka. Don Tapscott (2009) melakukan diversifikasi melalui penelitian mendalam mengenai transformasi digital antar generasi. Kajian tersebut secara bertahap memperlihatkan kerangka besar dari dua generasi yang berbeda, yakni generasi *Boomer* dan X (yakni generasi sebelum adanya kemapanan teknologi digital) dan generasi setelahnya (yang kemudian disebut Tapscott sebagai *Net Generation*/generasi internet). Kedua generasi tersebut menunjukkan deferensiasi yang cukup signifikan.

Identifikasi Tapscott (2009) dimulai dari generasi *baby boom*, yaitu generasi yang lahir dari tahun 1946-1964. Generasi ini merupakan generasi yang berkuat pada konflik besar seperti peperangan yang ada pada saat itu. Generasi ini juga sebagai generasi yang pertama kali menikmati televisi. Kemudian berlanjut kepada Gen X atau *baby bust*, yakni mereka yang lahir pada tahun 1965-1976. Generasi ini mengenyam pendidikan yang lebih baik daripada pendahulunya. Setelah Gen X terlewati, muncullah generasi Y atau generasi milenial yang lahir diantara tahun 1977-1997). Inilah generasi yang disebut oleh Tapscott yang kelak akan bertransformasi menjadi *Net Generation* (generasi internet). Sehingga, kajian Tapscott memberikan garis pemisah yang jelas sebagai komparasi dari generasi sebelum internet (boomer dan X) dengan generasi internet (gen Y atau milenial). Sementara itu, Gen Z disebut olehnya sebagai *Next Generation*. Transformasi generasi terbagi menjadi 4, yakni *baby boom (boomer)*, Gen X, Gen Y (Milenial/*Net Generation*), dan Gen Z sebagai *next generation*.

Terdapat beberapa temuan dalam kajian Tapscott (2009) mengenai generasi internet, temuan tersebut berupa karakteristik utama yang menjadi ciri khas generasi internet dibandingkan generasi sebelum mereka.

- *Freedom* (Kebebasan)

Generasi Internet adalah generasi yang memiliki dan mendambakan berbagai ekspresi kebebasan. Mereka juga terbekali dengan berbagai akses internet sehingga mereka dapat memilih sesuka mereka. Mereka tidak suka untuk didekte apapun karena mereka mempunyai hak untuk menentukan pilihannya sendiri.

- *Scrutiny* (Pengamatan/Penyelidikan)

Net Generation atau generasi internet merupakan penyeledik-penyelidik handal. Bermodalkan dengan internet, mereka dapat melacak berbagai penipuan atau informasi palsu (hoax) melalui internet. Dengan kemampuan tersebut, generasi internet mampu secara kritis untuk menjaring informasi-informasi secara akurat.

- *Integrity* (Integritas)

Generasi internet juga memiliki integritas yang tinggi. Bermodalkan informasi dari internet, mereka memiliki pengetahuan terhadap sesuatu yang dianggap baik-buruk, benar-salah, moral, bahkan mendeteksi kebohongan. Melalui informasi tersebut generasi internet jauh lebih kritis untuk membangun integritas mereka

- (Speed) Kecepatan

Kecepatan informasi merupakan hal yang tidak terpisahkan dari generasi internet. Informasi yang mereka cukup banyak dan berlangsung cepat. Jika dahulu para boomer kekurangan informasi, maka era generasi internet mendapati mereka memiliki banyak pilihan informasi akibat dari kecepatan yang dihasilkan oleh internet itu sendiri.

Implikasi dari beberapa temuan dari Tapscott mengenai generasi internet terhadap ranah pemilu mengerucut pada satu hal, yakni mereka sebagai sebuah generasi yang tumbuh dengan pengetahuan yang lebih lengkap, lebih komprehensif, dan aktual. Bermodalkan internet, pemilih muda sebagai bagian dari generasi internet diyakini cenderung lebih kritis daripada pendahulu mereka yang minim aksesibilitas informasi, rawan disinformasi, bahkan mobilisasi.

Dalam konteks pemilihan umum, generasi internet juga mampu untuk memberikan suara yang sangat signifikan. Tapscott (2009) menjelaskan cara kerja dari adanya ruang digital untuk merangkul generasi internet. Dia membandingkan gaya model politik konvensional ala Clinton dengan model kampanye digital yang digagas oleh Obama pada Pilpres di Amerika Serikat. Obama menggunakan berbagai jaringan digital untuk membuka komunikasi, membuka ruang aspirasi, serta berbagai gaya komunikasi interaktif lain di internet untuk menjangkau suara. Dari hal tersebut, terbentuklah jaringan sosial yang dari ranah digital/online untuk mendukung dan memilih Obama. Berbagai umpan balik juga direspon dengan baik oleh generasi internet yang menyukai pendekatan Obama yang lebih interaktif daripada kampanye terbuka oleh Clinton yang dirasa cukup monoton karena bersifat ceramah semata. Hasilnya, melalui strategi merangkul generasi internet,

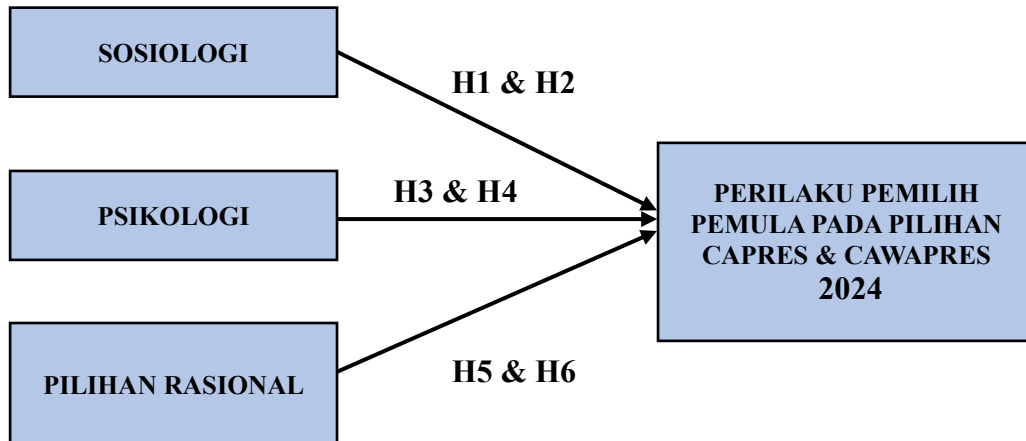
Obama mampu mengalahkan Clinton yang pada saat itu jauh diunggulkan sebelumnya.

Analisis Tapscott (2009) melalui komparasi antara generasi boomer & X terhadap generasi Y sebagai generasi awal internet menunjukkan peran yang sangat signifikan. Temuan-temuan transformasi generasi internet seperti *freedom*, *scrutiny*, *integreety*, dan *speed* menunjukkan bahwa generasi internet adalah pemilih yang memiliki orientasi komunikasi digital, yang dibuktikan dengan kemenangan Pilpres Obama yang mampu merangkul dan membentuk jaringan sosial yang sangat besar melalui internet. Lalu bagaimana dengan generasi Z atau yang disebut Tapscott sebagai “Next Generation”. Tentu generasi ini telah memiliki kemapanan digital yang sangat jauh lebih baik daripada generasi X. Jika generasi *Boomer* kekurangan informasi, generasi X memiliki kecukupan dan pilihan informasi, maka generasi Z memiliki keberlimpahan informasi. Adanya *platform* media sosial yang memiliki pengikut cukup besar seperti Tik-Tok, X (Twitter), atau Instagram mampu membentuk suatu komunitas digital yang lebih besar untuk memaksimalkan informasi lebih massif dalam ranah pemilu.

1.6 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan awal atau dugaan sementara dari peneliti tentang jawaban dari rumusan penelitian. Rumusan masalah penelitian sebagaimana pada pembahasan 1.2 adalah “Apakah faktor-faktor sosiologis, psikologis, dan pilihan rasional memengaruhi tingkat loyalitas pemilih pemula dalam Pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?”. Sehingga, dugaan atau hipotesis awal dalam penelitian ini adalah faktor-faktor sosiologis, psikologis, dan rasional memiliki pengaruh dalam penciptaan karakter perilaku pemilih pemula di Kota Semarang.

Gambar 1. 1 Hipotesis Penelitian



Sumber: Diolah dari peneliti

Pada 3 pendekatan, yakni dimensi sosiologi, psikologi, dan pilihan rasional akan diturunkan dalam pertanyaan turunan penelitian yakni:

- a. Apakah kelompok pertemanan memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- b. Bagaimana kelompok pertemanan memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- c. Apakah kelompok Agama memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- d. Bagaimana kelompok agama memengaruhi perilaku pemilih pemula yang dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- e. Apakah figure kandidat memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- f. Bagaimana figure kandidat memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- g. Apakah informasi politik memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- h. Bagaimana informasi politik memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?

- i. Apakah politik uang memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- j. Bagaimana politik uang memengaruhi perilaku pemilih pemula yang dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- k. Apakah orientasi isu memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- l. Bagaimana orientasi isu memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang?
- m. Apakah terdapat perbedaan Perilaku Pemilih Pemula daerah urban dan rural di Kota Semarang pada kontestasi pilpres 2024?

Maka, hipotesis utama yang diajukan pada penelitian ini adalah:

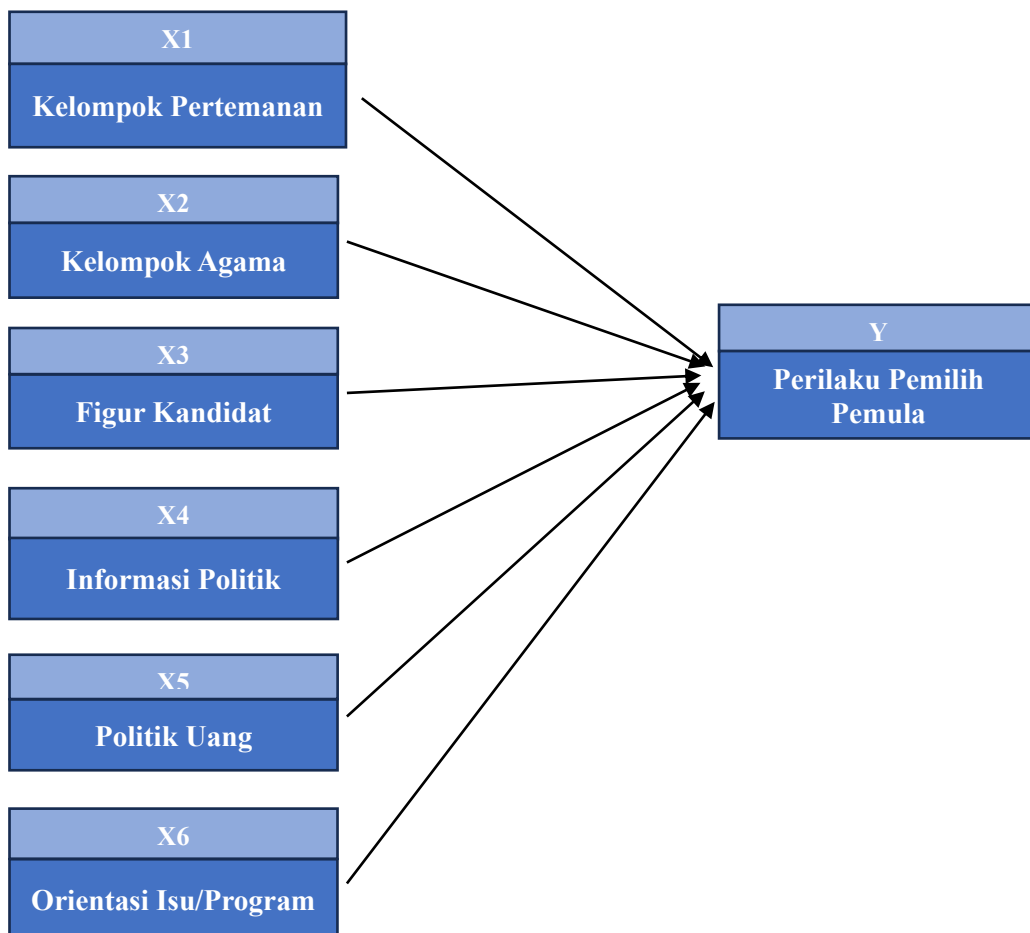
“Dimensi sosiologis, psikologis, dan pilihan rasional memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2024 di Kota Semarang”. Adapun hipotesis turunan yang diajukan pada penelitian ini yakni:

- a. H1:** Kelompok pertemanan memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang
- b. H2:** Kelompok keagamaan memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang
- c. H3:** Figure kandidat memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang
- d. H4:** Informasi politik memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang
- e. H5:** Politik uang memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang
- f. H6:** Orientasi isu memengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang
- g. H7:** Terdapat perbedaan yang signifikan perilaku pemilih pemula daerah Urban dan Rural

1.7 Konsep Penelitian

Berdasarkan pijakan teori tentang perilaku pemilih dan telah dikemukakan dalam pernyataan hipotesis, maka konsep dalam penelitian ini adalah menganalisis perilaku pemilih dari variabel bebas (independen) yang meliputi Dimensi Sosiologi, Psikologi, dan Pilihan Rasionalis sebagaimana yang telah dijelaskan dalam kerangka teori dan diturunkan menjadi variabel penelitian. Turunan dari 3 kerangka sosiologis, psikologis, dan pilihan rasional adalah variabel kelompok pertemenanan, kelompok berbasis agama, figure kandidat, informasi politik, politik uang, serta orientasi isu. Ke enam variabel tersebut sebagai variabel bebas yang akan diuji terhadap perilaku pemilih pemula.

Gambar 1. 2 Konsep Penelitian



Sumber: Diolah dari peneliti

1.8 Operasionalisasi Konsep

Berikut merupakan operasionalisasi konsep sebagai turunan kuisioner yang akan disebar. Terdiri atas variabel Y (variabel dependen/terikat) yang merupakan perilaku pemilih dan juga pilihan terhadap presiden dan wakil presiden. Sedangkan Pada variabel X (variabel independent/variabel bebas) terdiri atas kelompok pertemanan dan kelompok keagamaan sebagai turunan dari pendekatan dimensi sosiologi, figure kandidat/citra kandidat dan informasi politik sebagai turunan dari pendekatan psikologi, serta politik uang dan orientasi isu sebagai turunan dimensi rasionalis. Adapun kuisioner mengadaptasi dan memodifikasi dari tesis Mardhatila (2018) dari universitas Indonesia sebagai acuan kerangka operasionalisasi yang telah disesuaikan dengan variabel turunan yang telah diputuskan dalam penelitian ini.

Tabel 1. 1 Operasionalisasi Konsep Penelitian

Jenis Identitas	Identitas Responden	Ket/Skala Pengukuran
Jenis Kelamin	P1. Jenis kelamin pemilih 1. Laki-laki 2. Perempuan	Nominal
Agama	P2. Agama yang dianut 1. Islam 2. Hindu 3. Kristen Protestan 4. Kristen Katholik 5. Budha 6. Konghucu	Nominal
Geografis	P3 Letak wilayah 1. Urban 2. Rural	Nominal
Latar Belakang Sekolah	P4 Jenis Sekolah 1. Negeri 2. Swasta	(Hanya digunakan untuk pemetaan sampel)

Background Ekonomi	P5 Kondisi ekonomi orang tua (gaji) 1. Dibawah 3 jt 2. 3 jt-7 jt 3. 7 jt – 10 jt 4. Diatas 10 jt	Ordinal
Background Pendidikan (Pada Keluarga)	P6 Tingkat Pendidikan Orang tua Ayah: 1. SD 2. SMP 3. SMA 4. S1/S2/S3 Ibu: 1. SD 2. SMP 3. SMA 4. S1/S2/S3	Ordinal
Variabel Terikat		
Perilaku Pemilih	P7 Partisipasi dalam Pemilu 2024 1. Ikut 2. Tidak ikut	Nominal
	P8 Kandidat presiden dan wakil presiden yang dipilih saat mencoblos : 1. Anis Baswedan-Muhaimin Iskandar 2. Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka 3. Ganjar Pranowo-Mahfud MD	Nominal
	P9 Alasan mengapa memilih presiden dan wakil presiden (hanya pilih salahsatu) 1. Karena teman sepergaulan 2. Karena dianjurkan organisasi agama yang diikuti 3. Karena suka pada figur kadidat 4. Karena media massa (Facebook, Instagram, dll) 5. Karena dikasih uang 6. Karena suka pada visi-misi dan program yang ditawarkan (meskipun tidak mengetahui detail)	Bukan termasuk indikator variabel, melainkan dihadirkan sebagai kecenderungan untuk hasil analisis

Variabel Bebas		
Kelompok Pertemanan	P10 Mengikuti kelompok pertemanan 1. Ya 2. Tidak (lanjut nomor 15)	Nominal (Jika tidak, langsung ke nomor 15)
	P11 Intensitas membicarakan pilihan presiden dan wakil presiden 2024 1. Sangat Sering 2. Sering 3. Jarang 4. Sangat Jarang	Ordinal
	P12 Saran dari kelompok pertemanan untuk memilih kandidat: 1. Anis-Imin 2. Prabowo-Gibran 3. Ganjar Mahfud	Nominal
	P13 Saran dari sirkel/kelompok pertemanan dijadikan pertimbangan memilih: 1. Ya, sebagai pertimbangan 2. Tidak Sama sekali	Nominal
	P14 Sifat Saran yang diberikan pertemanan untuk memilih calon/kandidat presiden dan wakil presiden 1. Sangat memaksa 2. Cukup Memaksa 3. Memaksa 4. Tidak memaksa	Ordinal
Kelompok Agama	P15 Mengikuti kelompok/organisasi keagamaan 1. Ya 2. Tidak (lanjut nomor 20)	Nominal (Jika tidak, langsung ke nomor 20)
	P16 Intensitas membicarakan pilihan presiden dan wakil presiden 2024 di kelompok/organisasi keagamaan yang diikuti 1. Sangat Sering 2. Sering 3. Jarang 4. Sangat Jarang	Ordinal

	P17 Saran dari organisasi keagamaan/tokoh agama untuk memilih kandidat 1. Anis-Imin 2. Prabowo-Gibran 3. Ganjar Mahfud	Nominal
	P18 Saran dari organisasi agama/tokoh agama dijadikan pertimbangan memilih: 3. Ya, sebagai pertimbangan 4. Tidak Sama sekali	Nominal
	P19 Sifat Saran yang diberikan organisasi keagamaan untuk memilih calon/kandidat presiden dan wakil presiden 1. Sangat memaksa 2. Cukup Memaksa 3. Memaksa 4. Tidak memaksa	Ordinal
Figure Kandidat	P.20 Kualitas pribadi atau figure kandidat presiden dan wakil presiden merupakan sesuatu yang penting bagi pemilih 1. Ya 2. Tidak (lanjut nomor 22)	Nominal (Jika tidak langsung ke nomor 22)
	P.21 kualitas pribadi/figure kandidat presiden dan wakil presiden menjadi pertimbangan dalam memengaruhi pilihan 1. Ya, sebagai pertimbangan 2. Tidak sama sekali	Nominal
	P22 Tipe Ideal presiden Indonesia 2024 (hanya pilih salah satu) 1. Religius 2. Nasionalis 3. Berpengalaman 4. Santun 5. Tegas	Nominal
	P23 Tipe Ideal wakil presiden Indonesia 2024 (hanya pilih salah satu) 1. Religius 2. Nasionalis 3. Berpengalaman 4. Santu 5. Tegas	Nominal

	P24 Penilaian terhadap sosok calon presiden Anis Baswedan: 1. Religius: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 2. Nasionalis: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 3. Berpengalan: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 4. Santun: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 5. Tegas: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang	Ordinal
	P25 Penilaian terhadap sosok calon wakil presiden Muhaimin Iskandar (cak imin): 1. Religius: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 2. Nasionalis: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 3. Berpengalan: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 4. Santun: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 5. Tegas: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang	Ordinal
	P26 Penilaian terhadap sosok calon presiden Prabowo Subianto: 1. Religius: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 2. Nasionalis: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 3. Berpengalan: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 4. Santun: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 5. Tegas: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang	Ordinal

	P27 Penilaian terhadap sosok calon wakil presiden Gibran Rakabuming Raka: 1. Religius: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 2. Nasionalis: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 3. Berpengalan: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 4. Santun: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 5. Tegas: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang	Ordinal
	P28 Penilaian terhadap sosok calon presiden Ganjar Pranowo: 1. Religius: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 2. Nasionalis: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 3. Berpengalan: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 4. Santun: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 5. Tegas: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang	Ordinal
	P29 Penilaian terhadap sosok wakil calon presiden Mahfud MD: 1. Religius: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 2. Nasionalis: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 3. Berpengalan: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 4. Santun: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang 5. Tegas: Sangat, cukup, kurang, sangat kurang	Ordinal

	P.30 Apakah menyukai figure kandidat Presiden dan Wakil Presiden akan mencari tau lebih lanjut 1. Ya 2. Tidak (nomor 33 dikosongi)	Nominal (Jika tidak, nomor 33 tidak diisi)
Informasi Politik	P31 Media informasi yang digunakan dalam rangka mengetahui pemilihan presiden dan wakil presiden 1. Media Sosial/media digital/online 2. Media cetak (koran/baliho) 3. Lainnya (sebutkan.....)	Nominal
	P.32 Intensitas mengakses informasi untuk menentukan Pilihan Presiden dan wakil Presiden 1. Televisi: Sangat Sering, Sering, Jarang, Tidak Pernah 2. Youtube: : Sangat Sering, Sering, Jarang, Tidak Pernah 3. Twitter: Sangat Sering, Sering, Jarang, Tidak Pernah 4. Facebook: Sangat Sering, Sering, Jarang, Tidak Pernah 5. Tiktok: Sangat Sering, Sering, Jarang, Tidak Pernah 6. Instagram: Sangat Sering, Sering, Jarang, Tidak Pernah 7. Media Massa online (detik.com, Kompas.com, dll): Sangat sering, sering, Jarang, Tidak Pernah	Ordinal
	P33 Media informasi (IG, Youtube, Twitter, dll) memberikan informasi yang cukup sebagai pertimbangan dalam memengaruhi pilihan presiden dan wakil presiden 1. Ya 2. Tidak	Nominal

Politik Uang	P34 Tingkat kewajaran dalam pemberian uang/barang/hadiah dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 1. Sangat tidak wajar, karena hal tersebut merupakan perbuatan tidak baik/curang 2. Cukup Wajar, karena sebagai wujud berbagi kepada masyarakat/rakyat 3. Wajar, karena hal tersebut sudah menjadi kebiasaan dan semua orang menerima hal tersebut (telah menjadi budaya) 4. Sangat wajar, karena dalam pemilihan umum, kandidat wajib menyediakan uang untuk dibagikan ke pendukungnya	Ordinal
	P.35 Pilihan Ketika dihadapkan dengan politik uang 1. Akan saya tolak apapun yang terjadi 2. Akan saya terima uang itu dan akan akan dipilih sesuai yang calon yang memberikan uang 3. Akan saya terima dan dipilih yang memberikan uang terbanyak kepada saya 4. Akan saya terima uang itu, namun pilihan tetap pada hati Nurani saya	Ordinal
Orientasi Isu	P.36 Apakah isu/program/atau visi misi yang dibawa presiden merupakan hal yang penting bagi pemilih 1. Ya, Penting 2. Tidak Penting (langsung nomor 38)	Nominal (Jika tidak, langsung nomor 38)
	P.37 Orientasi Isu/program dijadikan pertimbangan dalam memengaruhi pilihan 1. Ya 2. Tidak (Alasan)	Nominal
	P.38 Menyaksikan atau melihat debat presiden/wakil presiden 1. Ya 2. Tidak	Nominal
	P.39 Isu program terpenting yang harus diangkat oleh presiden dan wakil presiden (hanya pilih salahsatu) 1. Pengentasan Kemiskinan 2. Penciptaan Lapangan Kerja 3. Peningkatan kesejahteraan Petani dan Nelayan 4. Peningkatan kesejahteraan ASN 5. Perbaikan dan pemerataan infrastruktur	Nominal

	6. Pemberantasan Korupsi 7. Perlindungan Modal dan Pengembangan UMKM (modal usaha) 8. Penanggulangan Perubahan Iklim 9. Peningkatan fasilitas Kesehatan 10. Peningkatan fasilitas pendidikan 11. Pengendalian harga-harga pokok	
	P.40 Pengetahuan isu Isu dan program dari Anis-Imin ➤ Mengetahui Program Anis-imin: 1. Tahu 2. Tidak tidak tahu ➤ Menyukai Program Anis-Imin 1. Ya 2. Tidak ➤ Apabila menyukai, apakah mencari informasi lebih lanjut 1. Ya 2. Tidak Isu dan program dari Prabowo-Gibran ➤ Mengetahui Program Prabowo-Gibran: 1. Tahu 2. Tidak tidak tahu ➤ Menyukai Program Prabowo-Gibran 1. Ya 2. Tidak ➤ Apabila menyukai, apakah mencari informasi lebih lanjut 1. Ya 2. Tidak Isu dan program dari Ganjar-Mahfud ➤ Mengetahui Program Ganjar-Mahfud: 1. Tahu 2. Tidak tidak tahu ➤ Menyukai Program Ganjar-Mahfud 1. Ya 2. Tidak ➤ Apabila menyukai, apakah mencari informasi lebih lanjut 1. Ya 2. Tidak	Nominal

1.9 Metode Penelitian

Mempertimbangkan antara fungsi dan tujuan dari jenis penelitian, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena tujuan dari penelitian ini untuk menarik kesimpulan umum suatu realitas sosial dengan menguji hipotesis. Kesimpulan umum yang dimaksud adalah pandangan dan preferensi perilaku pemilih pemula dalam kontestasi pilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Semarang menggunakan kerangka sosiologi, psikologi, dan rasional. Dari 3 variabel tersebut akan mendeskripsikan untuk mengetahui masing-masing faktor perilaku pemilih terhadap pemilihan presiden dan wakil presiden 2024. Secara umum, perilaku pemilih banyak diteliti oleh ilmuwan politik dengan pendekatan kuantitatif karena sifat metodologinya yang membutuhkan sampel yang besar untuk melihat suatu fenomena tertentu dan menariknya dalam kesimpulan umum (generalisasi), dalam hal ini adalah generalisasi perilaku pemilih pemula di Kota Semarang

1.9.1 Tipe Penelitian

Dalam menganalisis perilaku pemilih terhadap dimensi sosiologi, psikologi, dan *rational choice* terhadap perilaku pemilih, penelitian ini menggunakan jenis *explanatory research*. Penelitian eksplanatori atau eksplanatif adalah sebuah tipe penelitian untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas (*Independent Variabel*) dengan variabel terikat (*Dependent Variabel*). Penelitian eksplanatori juga disebut dengan penelitian sebab-akibat (*causality research*) atau penelitian pengujian (*verificatife research*) (Sari, dkk., 2022: 15). Dengan menguji hipotesis berdasarkan data yang telah diperoleh melalui kuisioner, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat akan terbukti atau tidak terbukti dengan asumsi awal melalui hipotesis yang dihadirkan. Sederhananya, eksplanatori adalah penelitian untuk mengukur sebab yang diberikan oleh variabel X (independen/prediktor) terhadap variabel Y (dependen/respon)

1.9.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022: 130). Di Indonesia, tidak semua elemen masyarakat memiliki hak pilih. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 pasal 200 menyebutkan bahwa TNI dan Polri tidak menggunakan haknya untuk memilih. Oleh karena itu, populasi dalam sudut pandang perilaku pemilih memberikan pengecualian khusus kepada elemen dari unsur TNI/Polri untuk dikecualikan dalam pelibatan pemberian hak pilih.

Lebih spesifik, populasi penelitian ini adalah pemilih pemula di wilayah Kota Semarang yang masih duduk di bangku sekolah. Populasi yang ditetapkan dalam penelitian harus memenuhi 2 unsur, yakni:

1. Pelajar di SMA sebagai pemilih pemula yang berusia minimal 17 tahun atau pemilih yang baru pertama kali melakukan pemilihan saat pemilu
2. Berada di Wilayah Kota Semarang

Sementara itu, dalam penelitian kuantitatif, sampel merupakan bagian dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2022: 131). Sampel diperlukan dikarenakan keterbatasan-keterbatasan penelitian seandainya cakupan wilayah yang diteliti sangat besar dan sulit dijangkau jika harus meneliti secara keseluruhan, maka dalam kondisi tersebut peneliti bisa menggunakan sampel untuk mewakili dari wilayah tersebut. Dengan dua poin karakteristik dari standar sampel yang telah ditentukan di atas, maka sampel dalam penelitian ini menggunakan data pemilih pemula yang telah ditetapkan dengan sasaran target pada pemilih di SMA kota Semarang. Sampel-sampel inilah yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk menggeneralisasi dari populasi yang ada

Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin. Kalkulasi rumus Slovin digunakan untuk memberi perhitungan atas jumlah minimum sampel yang harus digunakan untuk dikatakan layak dalam menggeneralisasi populasi. Perhitungan dari rumus Slovin adalah sebagai berikut

Rumus Perhitungan Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n: Jumlah Sampel;

N: Jumlah Populasi; 40.0000

e: Derajat Error (*margin of error*); 3,7%

Melalui rumus tersebut, perhitungan sampel yang dibutuhkan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{40.000}{1 + 40.000 (3,7\%)^2}$$

$$n = \frac{40.000}{1 + 40.000 (0,037)^2}$$

$$n = \frac{40.000}{1 + 40.000 (0,001369)}$$

$$n = \frac{40.000}{1 + (40.000 (0,001369))}$$

$$n = \frac{40.000}{1 + 54,76}$$

$$n = \frac{40.000}{55,76}$$

$$n = 717,36$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh angka berupa pecahan yakni 717,36. Menurut Sugiyono (2022) jika pada hasil perhitungan menghasilkan angka pecahan maka lebih baik dibulatkan keatas, sehingga diperoleh hasil sampel yang harus terpenuhi minimal adalah 717 responden. Penulis menggenapkan sampel menjadi 720 responden sebagai syarat yang harus dipenuhi dalam penelitian ini.

1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel

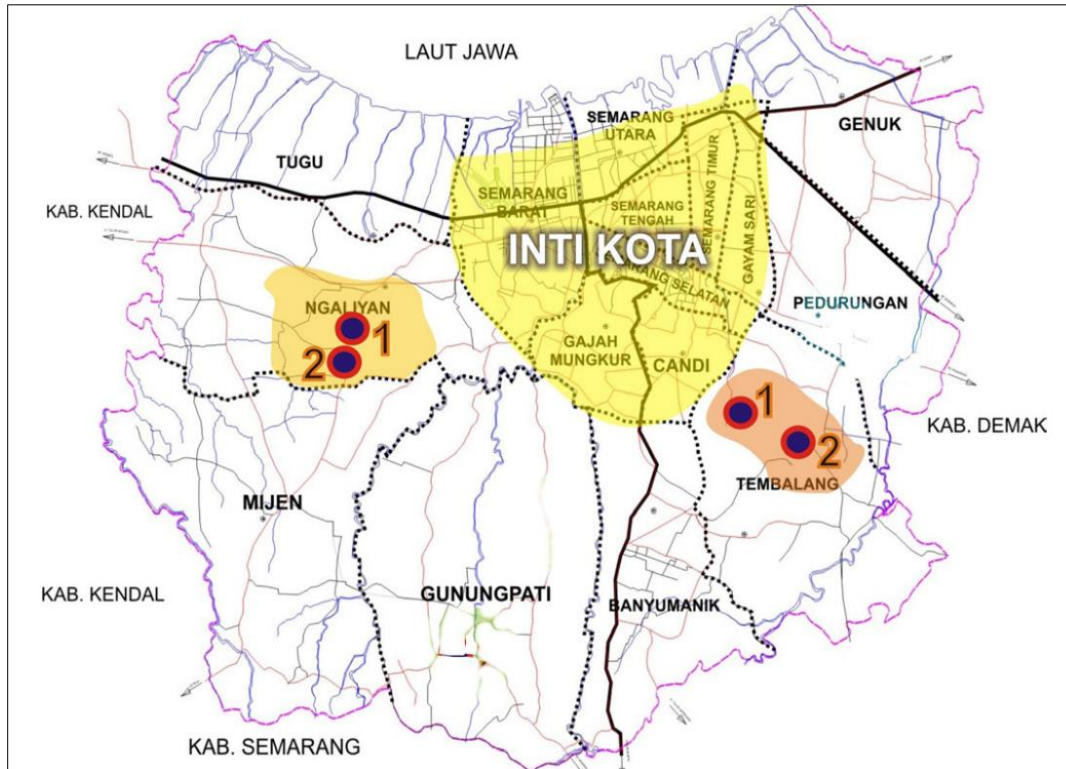
Dalam pengambilan sampel penelitian, penulis menggunakan teknik *probability sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur dan (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2022: 134). Adapun dalam jenis *probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling*, yakni digunakan jika populasi mempunyai unsur yang tidak homogen dan berstrata. Teknik ini menarik dari beberapa klaster, kemudian dari setiap klaster tersebut akan diambil sampel yang representative untuk mewakili populasi dari klaster yang telah ditetapkan penelitian. Cara ini digunakan karena populasi yang akan diambil tidak homogen (heterogen), dengan demikian perbedaan dari sifat dari populasi menjadi hal yang menarik dan penting untuk ditampilkan terkait diversitas responden.

Adapun dalam penelitian ini, heterogeni yang dimaksud adalah heterogeni dari latar belakang dan karakteristik responden (agama, jenis kelamin, background ekonomi, dll) yang diambil berdasarkan variabel turunan dari loyalitas pemilih (Konsep diambil dari tesis Mardhatila (2018)). Selain itu, pertimbangan wilayah atas kondisi geografi wilayah (rural-urban) juga menjadi pertimbangan utama dalam teknik pengambilan sampel untuk representative dan cluster. Selanjutnya, sekolah SMA (tempat diambilnya responden), yakni Swasta-Negeri juga menjadi kriteria ditariknya sampel penelitian. Semua data diatas, terutama khusus mengenai diversitas geografi dan jenis sekolah menjadi pertimbangan utama teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dari segi representatif sampel agar lebih variatif dan menjangkau lebih luas *cluster* sampel

Kondisi Geografi perkotaan terbagi atas 2 wilayah, yakni wilayah urban dan wilayah rural. Sederhananya, wilayah urban merupakan kawasan daerah perkotaan sebagai sentra pemerintahan dan pusat ekonomi kota, sementara kawasan rural merupakan kawasan pinggiran kota/pedesaan yang kondisi fisik wilayahnya tidak sebaik yang ada di kota. Penelitian ini membagi menjadi atas dasar kondisi geografi (urban-rural) karena atas asumsi bahwa persebaran kondisi pelajar SMA sudah tidak homogen (merata) lagi karena adanya kebijakan zonasi, dimana pelajar hanya bisa bersekolah pada wilayah terdekat/jarak terdekat dari rumah. Hal tersebut memberikan pengaruh pengelompokan/kluster, artinya pelajar yang ada di desa hanya bisa sekolah di desa, hal yang sama juga terjadi pada pelajar di Kota. Dengan adanya diversitas wilayah antara desa dan kota, maka diprediksi juga akan memberikan pengaruh terhadap pemikiran yang berdampak pada perilaku pemilih. Setelah disampel dikluster dengan membagi 2 wilayah, maka masing-masing wilayah akan dikluster kembali dengan pembagian sekolah negeri-swasta untuk mencapai pemerataan yang lebih variatif dari sampel yang didapatkan

Adapun pengaplikasian teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini sebagaimana penjelasan di atas dimulai dari membagi kluster sampling berdasarkan wilayah administrasi Kota Semarang. Kota Semarang terdiri dari 16 kecamatan yang tersebar pada penjuru kota Semarang. Setelah membagi berdasarkan kluster wilayah berdasarkan kecamatan, kemudian akan dikluster/dikelompokkan lagi wilayah kecamatan tersebut berdasarkan daerah urban dan rural. Pendefinisian dari Urban dan Rural sendiri merupakan aspek wilayah geografis dimana wilayah urban merupakan inti dan pusat kota, sementara rural adalah wilayah pinggiran dari pusat kota. Sebagai dasar pijakan pengambilan Keputusan cluster wilayah, digunakan hasil penelitian dari Prihanto (2012) yang telah mengcluster bagaimana proporsi wilayah urban dan rural di Kota Semarang

Gambar 1. 3 Peta Sebaran Wilayah Urban-Rural Kota Semarang



Sumber: Prihanto (2012)

Dalam gambar di atas terlihat bahwa wilayah urban atau inti kota adalah Kecamatan Semarang Tengah, Semarang Barat, Semarang Selatan, Semarang Timur, Gayamsari, Candisari, Semarang Utara, dan Gajahmungkur. Namun pada riset yang dikemukakan oleh Prihanto (2012) tersebut memasukkan Ngaliyan dan Tembalang dalam golongan *Urban Fringe*, yakni suatu wilayah dalam perbatasan antar kota dan desa yang memiliki sifat yang cenderung mirip dengan wilayah perkotaan (urban). Lebih lanjut, alasan utama ngaliyan disebut *urban fringe* adalah karena faktor pembangunan yang meningkat, sementara Tembalang dipicu adanya kampus Universitas Diponegoro sebagai pemicu utama pertumbuhan kawasan. Berpijak dari riset Prihanto (2012) mengenai dua kawasan (Ngaliyan & Tembalang) yang secara geospasial termasuk daerah pinggiran (rural), namun dalam analisisnya kedua wilayah tersebut sudah termasuk dalam *urban fringe* yang cenderung ke arah urban, maka dalam analisis ini, kedua wilayah dikelompokkan dan dimasukkan ke area urban, sehingga total dari wilayah Urban (Perkotaan) adalah 10 wilayah kecamatan. Sementara itu, seperti yang dapat dilihat dari gambar di atas, wilayah

rural adalah Kecamatan Mijen, Gunungpati, Banyumanik, Pedurungan, Tugu, serta genuk (6 kecamatan). Berikut merupakan pembagian wilayah sampel berdasarkan klaster:

Tabel 1. 2 Klaster Penelitian Berdasarkan Wilayah Urban dan Rural

Kota Semarang	Urban/ Inti Kota (Perkotaan)	1. Kec. Candisari
		2. Kec Gajahmungkur
		3. Kec. Gayamsari
		4. Kec. Tembalang
		5. Kec. Semarang Timur
		6. Kec. Semarang Utara
		7. Kec. Semarang Barat
		8. Kec. Semarang Selatan
		9. Kec. Semarang Tengah
		10. Kec. Ngaliyan
	Rural/ Pinggiran Kota (Desa)	1. Kec. Banyumanik
		2. Kec. Mijen
		3. Kec. Pedurungan
		4. Kec. Tugu
		5. Kec. Gunungpati
		6. Kec. Genuk

Diolah dari Prihanto (2012)

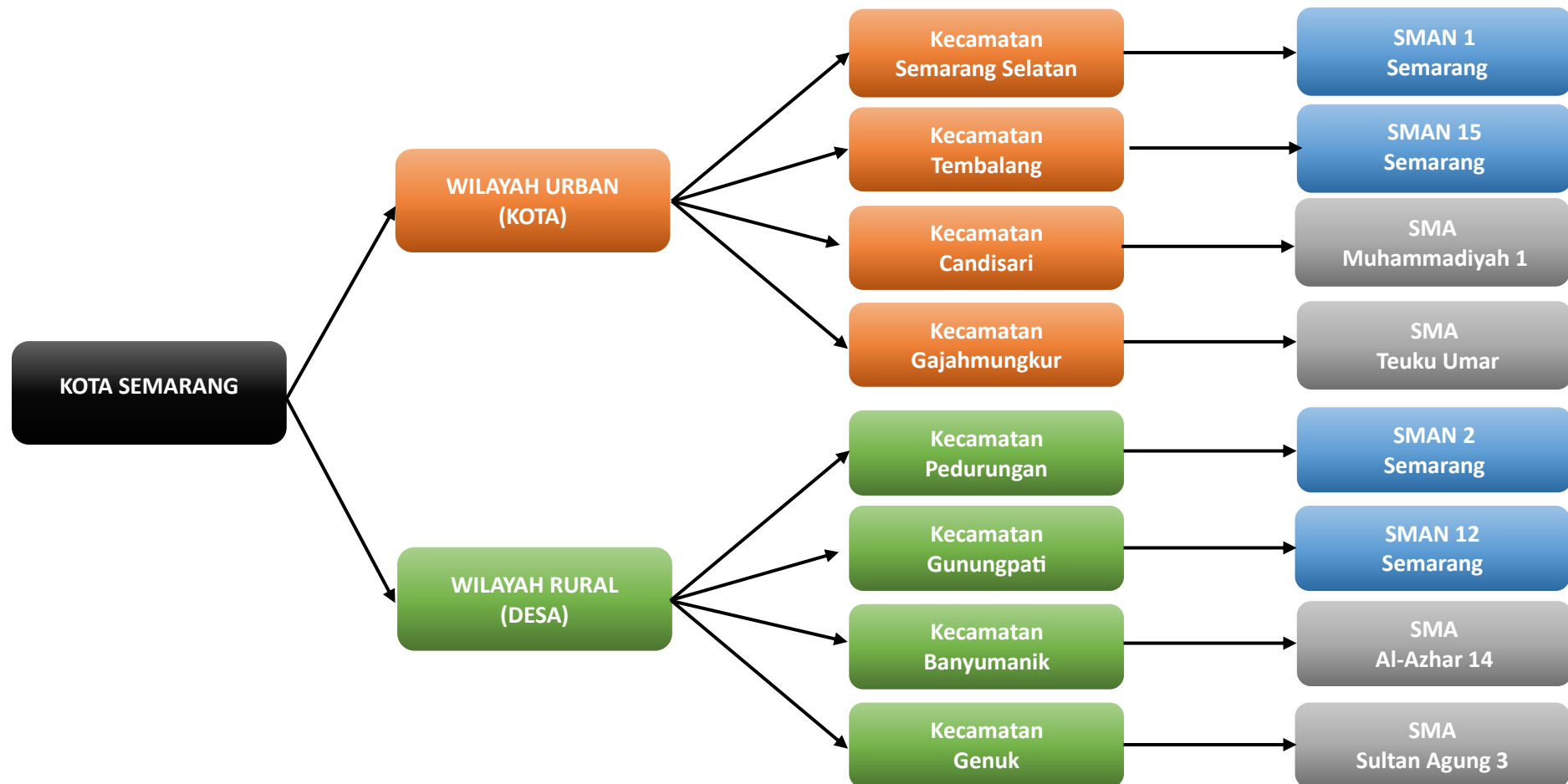
Setelah di klaster sebagaimana pembagian pada tabel diatas, selanjutnya dilakukan teknik randomisasi, yakni mengacak sampel dengan mengundi berdasarkan keadaan wilayah geografi (wilayah urban/perkotaan dan wilayah rural/pedesaan). Dalam hal ini, peneliti mengambil sampel secara berimbang pada masing-masing wilayah baik urban maupun rural. Hal tersebut digunakan untuk memberikan proporsi yang sama pada masing masing wilayah, sehingga dapat dibandingkan serta mendapat tupoksi analisis yang sama pada masing-masing wilayah. Dikarenakan jumlah keseluruhan sampel adalah 720, maka peneliti membagi wilayah urban dan rural masing masing 360 sampel.

Dalam teknik pengambilan sampel, untuk memperoleh 720 sampel, peneliti mengambil 8 wilayah kecamatan (dari total 16 kecamatan) untuk dijadikan sampel. Masing masing wilayah urban adalah 4 kecamatan dan wilayah rural adalah 4 kecamatan (total 8 kecamatan). Setelah itu dilakukan pemilihan kecamatan secara acak (randomisasi) baik dari rural (6 kecamatan dirandom untuk dipilih 4 kecamatan) dan urban (10 kecamatan dirandom untuk dipilih 4 kecamatan), Setelah itu, kecamatan yang terpilih baik dari rural maupun urban masing masing diambil satu sekolah, sehingga dari 8 total sekolah terdapat persebaran pada 8 kecamatan yang berbeda-beda. Representasinya secara proporsional yaitu, 2 sekolah negeri wilayah urban, 2 sekolah swasta wilayah urban, 2 sekolah negeri wilayah rural, serta 2 sekolah swasta wilayah rural. Adapun pemilihan sekolah setelah terpilih daerah kecamatannya juga dilakukan secara random. Dari pembagian diatas, terdapat representasi yang telah seimbang. Adapun setelah dilakukan randomisasi sekolah yang ada pada masing-masing wilayah, terpilih lah 8 sekolah berikut,

- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| 1. SMAN 1 Semarang | 5. SMAN 2 Semarang |
| 2. SMAN 15 Semarang | 6. SMAN 12 Semarang |
| 3. SMA Muhammadiyah 1 | 7. SMA Al-Azhar 14 |
| 4. SMA Teuku Umar | 8. SMA Islam Sultan Agung 3 |

Berikut merupakan diagram teknik pengambilan sampling setelah dilakukan randomisasi

Gambar 1. 4 Diagram *Stratified Random Sampling*



Keterangan diagram pada warna: - Hitam : Wilayah Kota Semarang
 - Orange : Kecamatan yang mewakili wilayah urban
 - Hijau : Kecamatan yang mewakili wilayah rural
 - Biru : SMA Negeri
 - Abu-abu : SMA Swasta

1.9.4 Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah darimana peneliti mendapatkan data penelitian. Secara garis besar, sumber data penelitian ini terbagi atas data primer dan data sekunder

1.9.4.1 Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari pihak atau sumber pertama. Dalam hal ini data primer merupakan hasil dari pengisian kuisioner yang diisi oleh pemilih pemula di SMA Kota Semarang yang telah ditentukan sebagaimana pembagian sampel. Data tersebut akan diolah dan diinterpretasikan menjadi sebuah argumen penelitian.

1.9.4.2 Sumber Data Skunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menunjang data primer (Sugiyono, 2022). Data sekunder dalam penelitian ini meliputi buku cetak, buku elektronik (*e-book*), jurnal, artikel ilmiah, internet, serta berita-berita elektronik. Sederhananya, data sekunder adalah seluruh instrumen yang fungsinya digunakan untuk mendukung, menunjang, serta memperkuat eksistensi dari data primer.

1.9.5 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala untuk mengukur kedalaman informasi dari responden. Skala yang digunakan adalah skala tergantung pada titik tekan pertanyaan penelitian. Dalam kuisioner penelitian ini, skala pengukuran terdiri atas skala Nominal, Ordinal, serta Interval.

- a. Skala Nominal/Biner untuk mengukur data dengan bobot penilaian yang sama, seperti laki/perempuan,
- b. Skala Ordinal untuk mengukur data dengan bobot penilaian bertingkat seperti Sangat Sering, Sering, Jarang, dan Tidak Pernah
- c. Data Interval untuk mengukur data pada interval tertentu seperti 1-3 juta, 3-10 juta, dan diatas 10 juta. Namun data Interval akan dikategorikan dan diubah menjadi data ordinal untuk mempermudah pengisian kuisioner.

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai perantara untuk mendapatkan data dari responden. Menurut Sugiyono (2022), kuisioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sebuah model pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya secara langsung. Isi dari kuisioner tersebut menjabarkan dari definisi operasional penelitian yang diturunkan melalui sebuah teori. Dengan demikian, pertanyaan maupun pernyataan yang akan dijawab oleh responden memiliki landasan atau dasar yang kuat agar isi pertanyaan atau pernyataan kuisioner tidak menyimpang dari batasan-batasan penelitian.

1.9.7 Metode Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan tahap sebelum masuk dalam analisis data. Data yang telah didapatkan dari responden perlu untuk diolah kembali sehingga mampu untuk masuk dalam tahap uji dalam analisis data. Tahapan-tahapan dalam pengolahan data meliputi:

a) *Editing*

Editing adalah proses pengecekan dari data yang telah dikumpulkan. Pemeriksaan ini untuk mengetahui apakah terdapat kesalahan dalam data yang telah dikumpulkan.

b) *Coding*

Coding merupakan proses pemberian kode-kode tertentu dalam data untuk memberikan kemudahan saat analisis data. Fase ini berada pada saat input data baik melalui Microsoft Exel maupun saat masuk ke dalam SPSS

c) *Scoring*

Scoring merupakan pemberian bobot nilai atau skor pada jawaban-jawaban yang telah dijawab oleh responden. *Scoring* tergantung pada pertanyaan yang memiliki beberapa tingkatan yakni skala nominal, skala ordinal, dan interval. Namun, pada seluruh pengujian terutama pengujian hipotesis, seluruh scoring akan di ubah menjadi biner untuk

mengetahui kejelasan posisi. Adapun scoring ordinal bertingkat hanya untuk menggambarkan keterangan lebih dalam saat penjabaran tabulasi silang (*crosstabulation*)

d) *Tabulating*

Tabulating adalah proses untuk mengelompokkan data-data tertentu sesuai desain penelitian. Hasil tersebut akan dikalkulasi dan dipaparkan dalam bentuk tabel.

1.9.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan beberapa jenis pengujian data dalam metode kuantitatif. Teknik analisis data utama yang digunakan berupa *Regression Logistic Biner Analysis* atau pengujian analisis regresi logistik biner dan Uji *Chi (Chi Square Test/Fisher Exact Test)*. Sementara untuk mendukung hasil pengujian serta melihat data lebih dalam digunakan tabel distribusi frekuensi, kemudian didukung tabulasi silang (*Crosstabulation*) untuk melihat persilangan data, terutama dari data dari urban dan rural.

1.9.8.1 Regression Logistic Biner Analysis

Analisis Regresi Logistik Biner digunakan untuk melihat seberapa besar variabel predictor (X) mempengaruhi variabel respon (Y). Pemilihan jenis regresi ini didasari beberapa keunggulan dari analisis ini, yakni karena skala yang digunakan adalah skala biner dengan dummy 0 dan 1. Dikarenakan skala yang digunakan biner, maka peneliti mampu mempetakan dengan jelas dengan melihat ketegasan posisi dari para responden. Dengan demikian, hasil dari analisis mampu lebih tepat dalam melihat *standing position* dari para pemilih.

Pengujian Regresi Logistik Biner adalah pengujian utama dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis. Sehingga hipotesis di tolak (H_0) dan hipotesis di terima (H_1) ditentukan dari hasil pengujian ini. Terdapat prasyarat penting sebelum masuk ke dalam pembuktian signifikasinya, yakni uji kecocokan model (*goodness of fit*). Prasyarat yang digunakan sebelum masuk ke dalam *variable in the equation* adalah data harus cocok dan fit dalam model. Setelah data dinyatakan sesuai dengan

model, maka dapat dilanjutkan dalam pengujian hipotesis menggunakan uji wald. Adapun mengenai pernyataan hipotesis, H1 diterima dan H0 di tolak berarti terdapat pengaruh, hubungan, atau perbedaan yang signifikan. Sementara jika H0 diterima dan H1 di tolak, maka tidak terjadi pengaruh, hubungan, ataupun perbedaan yang signifikan. Berikut merupakan contoh pernyataan hipotesis

- a. H0 = Kelompok Keagamaan tidak memengaruhi perilaku pemilih pemula pada Pemilihan presiden dan wakil presiden Tahun 2024 di Kota Semarang
- b. H1= Kelompok Keagamaan memengaruhi perilaku pemilih pemula pada Pemilihan presiden dan wakil presiden Tahun 2024 di Kota Semarang

Sementara itu, rumus yang digunakan dalam hasil regresi logistic biner dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$\pi(X) = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 X_{21} + \beta_2 X_{22} + \beta_3 X_{23} \dots + \beta_i X_i)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 X_{21} + \beta_2 X_{22} + \beta_3 X_{23} \dots + \beta_i X_i)}}$$

1.9.8.2 Chi Square Test

Chi Square digunakan untuk uji hubungan asosiatif sekaligus digunakan untuk uji beda. Meski fungsinya sama, namun interpretasinya akan sangat berbeda dikarenakan tujuan yang digunakan juga berbeda. Penegasan ini perlu dinyatakan di awal agar pembaca tidak bingung dalam menginterpretasikan hasil dalam satu pengujian yang sama. Dalam uji hubungan, tujuan yang digunakan adalah apakah terdapat hubungan yang sifatnya asosiatif, biasanya digunakan untuk menguji suatu basis sosial (seperti gender, ekonomi, pendidikan), terhadap suatu komoditi tertentu, dalam konteks penelitian ini digunakan untuk menguji preferensi pilihan politik. Sedangkan uji beda digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan yang signifikan dari 2 basis tertentu. Dalam konteks penelitian ini ujia beda ada 2 hal, satu yakni apakah terdapat perbedaan yang signifikan preferensi pilihan presiden dari daerah urban dan rural, ke dua apakah terdapat perbedaan perilaku pemilih yang signifikan dari daerah urban dan rural. Sementara, jika Uji Chi Square tidak bisa dilakukan karena tidak memenuhi syarat, maka digunakan Uji Fisher Exact sebagai pengganti.

Tabel 1. 3 Matriks Kerangka Operasionalisasi Penelitian

Konsep	Operasionalisasi/ Keterangan
Pendekatan Sosiologis, Psikologis, dan pilihan Rasionalis	Variabel kelompok pertemanan, kelompok agama, informasi politik, figure kandidat, politik uang, dan orientasi isu/program digunakan sebagai variabel bebas untuk menjelaskan perilaku pemilih terhadap loyalitas massa, yakni pilihan presiden dan wakil presiden tahun 2024 kepada kandidat masing-masing paslonurut 1 (Anis-Imin), paslon 2 (Prabowo-Gibran), dan paslon 3 (Ganjar-Mahfud).
Hipotesis	Variabel kelompok pertemanan, kelompok agama, informasi politik, figure kandidat, politik uang, dan orientasi isu/program diduga memiliki pengaruh terhadap preferensi atau perilaku pemilih pada pilihan presiden tahun 2024 di Kota Semarang.
Metode	Kuantitatif Inferensial
Tipe Penelitian	Riset Eksplanatori (<i>explanatory research</i>), yakni penelitian untuk menguji variabel terhadap variabel lainnya.
Populasi	Pemilih pemula yang tersebar di sekolah SMA Negeri dan SMA swasta di kota Semarang
Sampel	Untuk menentukan sampel, digunakan rumus slovin dengan <i>Margin of Error (MoE)</i> sebesar 3,7% dengan <i>confidence level</i> atau tingkat kepercayaan sebesar 95%, maka didapatkanlah jumlah sampel sebesar 720 sampel.
Teknik Pengambilan Data	<i>Stratified Random Sampling</i> , yakni pengambilan sampel secara random dengan mempertimbangkan representasi wilayah heterogen dan bertingkat
Sumber Data	Data Primer (didapatkan langsung dari responden) dan data sekunder yang merupakan data pendukung dari buku, internet, jurnal, dan lain lain
Skala Pengukuran	Nominal (biner) dan ordinal
Teknik Pengumpulan Daya data	Kuisisioner
Metode Pengumpulan Data	<i>Editing, Coding, Scoring, & Tabulating</i>
Teknik Analisis Data	Regresi Logistik Biner (<i>Binary Logistic Regression Analysis</i>)

Sumber: Diolah Oleh Peneliti