



“PREFERENSI PEMILIH DALAM PEMILIHAN LEGISLATIF: KAJIAN SOSIOLOGI POLITIK TERHADAP PROFIL KANDIDAT DAN PARTAI POLITIK”

Mohammad Wirajaya Putra
wirajayaputra74@gmail.com
Universitas Indonesia

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profil kandidat dan afiliasi partai politik terhadap preferensi pemilih dalam pemilihan legislatif di Indonesia melalui pendekatan sosiologi politik. Metode penelitian bersifat kualitatif berbasis tinjauan literatur, dengan mengkaji jurnal ilmiah, buku akademik, artikel penelitian, dan laporan resmi terkait perilaku pemilih, karakter kandidat, dan identitas partai. Analisis dilakukan secara deskriptif-kritis untuk memahami interaksi antara faktor individu, afiliasi partai, dan faktor sosiodemografis dalam membentuk preferensi pemilih. Hasil kajian menunjukkan bahwa profil kandidat memiliki pengaruh dominan terhadap preferensi pemilih, sedangkan afiliasi partai tetap relevan sebagai legitimasi simbolik dan platform ideologis. Faktor sosiodemografis seperti pendidikan, usia, jenis kelamin, status ekonomi, dan lokasi geografis berperan memoderasi pengaruh kedua faktor tersebut. Temuan ini juga menekankan pentingnya personalisasi politik dan penggunaan media digital dalam memperkuat evaluasi pemilih terhadap kandidat. Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual bagi pemahaman perilaku pemilih dan strategi kampanye politik di Indonesia.

Kata Kunci: Profil Kandidat, Partai Politik, Preferensi Pemilih, Sosiologi Politik, Pemilu Legislatif.

PENDAHULUAN

Pemilihan legislatif di Indonesia merupakan salah satu pilar utama dari sistem demokrasi representatif, di mana warga negara memiliki hak dan tanggung jawab untuk memilih wakil rakyat yang akan membuat keputusan politik, menyusun undang-undang, dan merumuskan kebijakan publik (Campbell et al., 1960; Lipset & Rokkan, 1967). Dalam konteks ini, preferensi pemilih tidak hanya dipengaruhi oleh afiliasi partai politik, tetapi juga oleh karakteristik personal kandidat, seperti latar belakang pendidikan, pengalaman politik, integritas, rekam jejak, dan reputasi (Green, Palmquist & Schickler, 2002; Farrell & McAllister, 2006). Faktor-faktor ini berinteraksi dengan konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang kompleks, di mana identitas sosial pemilih termasuk agama, etnisitas, kelas sosial, dan lokasi geografis menjadi variabel penting dalam membentuk pilihan politik (Lipset & Rokkan, 1967; Pratikno, 2014).

Dalam beberapa dekade terakhir, perilaku pemilih di Indonesia menunjukkan pergeseran dari loyalitas partai tradisional menuju pertimbangan yang lebih personal, di mana kualitas individu kandidat dan rekam jejaknya menjadi faktor dominan dalam keputusan memilih. Fenomena ini dikenal sebagai personalisasi politik, di mana pemilih semakin menilai kompetensi, integritas, dan kemampuan kandidat secara individu, terlepas dari afiliasi partai yang mereka wakili (Adam & Maier, 2010; Shephard, 2007). Perubahan ini semakin diperkuat oleh penetrasi media sosial, teknologi informasi, dan akses yang lebih luas terhadap informasi politik, sehingga

pemilih dapat mengevaluasi kandidat dengan lebih kritis dan komprehensif.

Perspektif sosiologi politik digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana profil kandidat dan afiliasi partai secara simultan memengaruhi preferensi pemilih. Selain itu, faktor sosiodemografis pemilih, termasuk tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, status ekonomi, dan keterikatan komunitas, juga dipertimbangkan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh kandidat dan partai (Kusumawati, 2015; Pratikno, 2014). Studi ini bertujuan memberikan pemahaman yang lebih holistik mengenai interaksi antara faktor individu, faktor kolektif, dan konteks sosial dalam pembentukan perilaku memilih di Indonesia.

Penelitian ini menyoroti pentingnya memahami dinamika preferensi pemilih untuk perencanaan strategi kampanye politik yang efektif. Dalam masyarakat yang heterogen dan multikultural seperti Indonesia, interaksi antara identitas sosial, nilai-nilai budaya, dan karakter kandidat menciptakan pola perilaku memilih yang kompleks. Oleh karena itu, studi ini tidak hanya mengidentifikasi faktor dominan dalam pengambilan keputusan pemilih, tetapi juga mencoba menjelaskan mekanisme bagaimana interaksi antar faktor tersebut menghasilkan preferensi yang nyata. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi konseptual dan empiris bagi akademisi, praktisi politik, dan partai politik dalam memahami fenomena pemilu legislatif secara mendalam.

TINJAUAN PUSTAKA

Berbagai studi telah mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi preferensi pemilih. Green, Palmquist, dan Schickler (2002) menekankan bahwa karakteristik personal kandidat, termasuk pendidikan, pengalaman politik, dan integritas, memengaruhi evaluasi pemilih. Farrell dan McAllister (2006) menunjukkan bahwa personalisasi politik meningkatkan fokus pemilih pada individu kandidat dibandingkan partai, dan Adam & Maier (2010) menambahkan bahwa media digital memperkuat persepsi ini melalui penyebaran informasi kampanye dan citra kandidat.

Sementara itu, afiliasi partai politik tetap relevan sebagai indikator kepercayaan terhadap platform, nilai, dan ideologi partai (Shephard, 2007; Hayes & Lawless, 2016). Partai menyediakan legitimasi simbolik dan jaringan politik yang dapat memengaruhi pilihan pemilih, khususnya mereka yang memiliki keterikatan sosial atau loyalitas ideologis. Teori Cleavage Sosial (Lipset & Rokkan, 1967) menjelaskan bahwa identitas sosial seperti agama, etnis, kelas, dan wilayah geografis berperan dalam preferensi politik, sementara teori Identifikasi Politik (Campbell et al., 1960) menyoroti keterikatan emosional pemilih terhadap partai atau kelompok sosial sebagai faktor penentu perilaku memilih.

Penelitian di Indonesia, seperti oleh Pratikno (2014) dan Kusumawati (2015), menunjukkan bahwa pemilih mempertimbangkan kedua faktor karakter kandidat dan afiliasi partai dengan variasi bergantung pada sosiodemografi dan akses informasi. Identitas lokal, kohesi komunitas, serta faktor pendidikan dan ekonomi turut memoderasi pengaruh tersebut. Selain itu, studi oleh Farrell & McAllister (2006) menegaskan bahwa konteks sistem multipartai di Indonesia menambah kompleksitas pengambilan keputusan, karena pemilih harus menimbang banyak kandidat dan platform partai.

Dengan demikian perilaku pemilih bersifat multifaktorial: keputusan tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan rasional mengenai kompetensi kandidat, tetapi juga oleh faktor identitas sosial dan keterikatan emosional terhadap partai. Sintesis literatur ini menjadi landasan penting bagi penelitian ini untuk memahami interaksi antara profil

kandidat, afiliasi partai, dan faktor sosiodemografis dalam konteks pemilu legislatif Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis tinjauan literatur. Data dikumpulkan dari berbagai sumber sekunder yang relevan, termasuk jurnal ilmiah, buku akademik, artikel penelitian, laporan resmi, dan dokumen terkait pemilihan legislatif di Indonesia. Analisis dilakukan secara deskriptif-kritis, dengan menelaah, menyintesis, dan membandingkan temuan dari penelitian terdahulu untuk memahami pengaruh profil kandidat dan afiliasi partai terhadap preferensi pemilih, serta peran faktor sosiodemografis sebagai variabel moderasi (Adam & Maier, 2010; Pratikno, 2014; Kusumawati, 2015).

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai dinamika perilaku pemilih tanpa perlu melakukan pengumpulan data primer yang memerlukan waktu dan sumber daya besar. Analisis literatur dilakukan dengan menekankan pola, tren, dan kesamaan temuan antar studi, serta mengevaluasi relevansi dan keterbaruan setiap sumber data. Fokus utama penelitian adalah mengidentifikasi hubungan antara karakter kandidat, afiliasi partai, dan faktor sosiodemografis yang memengaruhi keputusan pemilih, serta menafsirkan temuan tersebut dalam konteks sosiologi politik di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan sintesis literatur, profil kandidat memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi pemilih. Kandidat dengan latar belakang pendidikan yang memadai, pengalaman politik yang relevan, integritas tinggi, dan rekam jejak positif cenderung lebih menarik bagi pemilih (Green, Palmquist & Schickler, 2002; Adam & Maier, 2010). Personalitas kandidat, seperti kemampuan komunikasi, kepemimpinan, karisma, dan reputasi di mata publik, semakin diperkuat melalui media digital, kampanye visual, dan interaksi media sosial, yang mempermudah pemilih mengevaluasi dan membandingkan kandidat dengan lebih kritis.

Afiliasi partai politik tetap memainkan peran penting dalam pembentukan preferensi pemilih, meskipun pengaruhnya lebih rendah dibanding kualitas kandidat individu (Shephard, 2007; Hayes & Lawless, 2016). Partai politik menyediakan legitimasi simbolik, platform ideologis, dan jaringan sosial yang memperkuat keputusan memilih, terutama bagi pemilih yang memiliki keterikatan emosional atau loyalitas ideologis. Dalam konteks sistem multipartai Indonesia, keberadaan banyak partai meningkatkan kompleksitas pengambilan keputusan, sehingga pemilih harus menimbang berbagai kandidat dan platform partai secara bersamaan.

Faktor sosiodemografis pemilih juga berperan signifikan dalam memoderasi pengaruh profil kandidat dan afiliasi partai (Kusumawati, 2015; Pratikno, 2014). Pendidikan yang lebih tinggi membuat pemilih cenderung menekankan kualitas kandidat dan kompetensi individu, sedangkan pemilih dengan pendidikan lebih rendah mungkin lebih mengandalkan identitas partai dan nilai simbolik. Faktor usia juga berpengaruh; pemilih muda cenderung responsif terhadap media digital dan informasi kampanye online, sedangkan pemilih yang lebih tua sering memprioritaskan reputasi dan pengalaman kandidat. Status ekonomi dan lokasi geografis turut membentuk cara pemilih memproses informasi politik dan menilai relevansi kandidat terhadap kebutuhan lokal.

Analisis menunjukkan bahwa faktor individu, faktor kolektif, dan konteks sosial saling

berhubungan secara kompleks. Misalnya, di kota-kota dengan tingkat pendidikan tinggi, kandidat dengan citra yang baik dan pengalaman yang relevan dapat memengaruhi pemilih lintas partai, terutama di kota-kota besar. Di tempat lain, di komunitas yang lebih kohesif sosial, afiliasi partai dan identitas kelompok cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa taktik kampanye yang efektif harus menyeimbangkan personalisasi kandidat dengan penguatan citra partai sambil mempertimbangkan demografi sosiodemografis pemilih.

Selain itu, literatur menekankan betapa pentingnya media dan teknologi informasi dalam meningkatkan dampak yang ditimbulkan oleh personalisasi politik. Pemilih dapat menilai kandidat berdasarkan citra, prestasi, dan reputasi melalui kampanye digital, interaksi di media sosial, dan penyebaran informasi melalui berbagai platform. Ini meningkatkan pengaruh profil kandidat di luar afiliasi partai. Selain menyoroti masalah lokal dan nasional yang relevan, media juga memengaruhi persepsi pemilih terhadap kredibilitas dan kemampuan kandidat.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perilaku pemilih bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh pengalaman politik sebelumnya, eksposur terhadap isu politik, dan keterlibatan komunitas. Pemilih yang lebih aktif secara sosial dan politik cenderung menilai kandidat lebih kritis, sedangkan pemilih yang kurang terlibat lebih mudah dipengaruhi oleh loyalitas partai dan norma sosial. Dengan demikian, interaksi antara faktor individu, partai, sosiodemografis, dan konteks media membentuk preferensi pemilih secara kompleks, menunjukkan perlunya pendekatan holistik dalam menganalisis perilaku pemilih di Indonesia.

Temuan ini konsisten dengan teori cleavage sosial dan identifikasi politik, di mana identitas sosial termasuk kelas, agama, etnis, dan lokasi geografis saling berinteraksi dengan pertimbangan personal pemilih dalam membentuk preferensi politik (Lipset & Rokkan, 1967; Campbell et al., 1960). Teori cleavage sosial menekankan bahwa garis pemisah sosial dalam masyarakat memengaruhi perilaku pemilih, sementara teori identifikasi politik menunjukkan bahwa keterikatan emosional terhadap partai atau kelompok sosial dapat memperkuat atau memoderasi keputusan individu. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun afiliasi partai tetap relevan, kualitas individu seperti integritas, pengalaman politik, kemampuan komunikasi, dan reputasi, memiliki peran yang semakin dominan dalam membentuk preferensi pemilih (Green, Palmquist & Schickler, 2002; Farrell & McAllister, 2006; Adam & Maier, 2010).

Peningkatan akses informasi melalui media digital, kampanye media sosial, dan berbagai platform komunikasi politik memperkuat efek personalisasi politik, di mana pemilih lebih mampu menilai kandidat secara individu daripada hanya berdasarkan afiliasi partai (Shephard, 2007; Hayes & Lawless, 2016). Personal branding kandidat melalui media, liputan berita, dan interaksi publik secara langsung maupun virtual memperkuat citra dan reputasi kandidat, sehingga mempengaruhi persepsi pemilih terhadap kompetensi dan kredibilitas kandidat. Fenomena ini semakin terlihat dalam konteks pemilu legislatif di Indonesia, di mana pemilih urban dengan akses teknologi yang tinggi cenderung lebih menekankan evaluasi personal kandidat dibandingkan loyalitas partai, sementara pemilih di komunitas yang kohesif atau daerah rural masih mempertimbangkan identitas partai sebagai indikator kepercayaan dan legitimasi simbolik (Kusumawati, 2015; Pratikno, 2014).

Hasil kajian ini menegaskan bahwa dinamika preferensi pemilih merupakan kombinasi kompleks antara faktor sosial, identitas, dan pertimbangan personal, yang saling mempengaruhi dalam konteks politik modern. Penekanan pada kualitas individu kandidat semakin relevan dalam era digital, di mana informasi politik tersebar luas dan

pemilih memiliki kapasitas lebih besar untuk melakukan evaluasi rasional, sekaligus mempertimbangkan norma sosial dan loyalitas terhadap partai politik. Hasil ini menegaskan pentingnya strategi kampanye yang menyeimbangkan personalisasi kandidat dan penguatan citra partai untuk mencapai efektivitas maksimal dalam membentuk preferensi pemilih.

KESIMPULAN

Preferensi pemilih dalam pemilihan legislatif di Indonesia dipengaruhi oleh kombinasi profil kandidat dan afiliasi partai, dengan profil kandidat cenderung memiliki pengaruh lebih dominan. Karakteristik kandidat, seperti pendidikan, pengalaman politik, integritas, kemampuan komunikasi, dan reputasi, menjadi faktor utama yang menentukan penilaian pemilih, sementara afiliasi partai tetap relevan sebagai legitimasi simbolik dan indikator platform ideologis. Faktor sosiodemografis, termasuk pendidikan, usia, jenis kelamin, status ekonomi, dan lokasi geografis, berperan memoderasi pengaruh profil kandidat dan partai terhadap keputusan pemilih. Media digital dan kampanye online semakin memperkuat personalisasi politik, memungkinkan pemilih menilai kandidat secara individu dan mengurangi ketergantungan terhadap loyalitas partai. Fenomena ini menegaskan pentingnya strategi kampanye yang menyeimbangkan penguatan citra kandidat dan partai, terutama di masyarakat urban dengan akses informasi tinggi.

Secara konseptual, temuan ini konsisten dengan teori cleavage sosial dan identifikasi politik, di mana identitas sosial dan pertimbangan personal saling berinteraksi membentuk preferensi politik. Dinamika ini menegaskan bahwa perilaku pemilih bersifat multifaktorial, kompleks, dan dinamis, yang menuntut pendekatan holistik dalam analisis politik di Indonesia. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi akademisi, praktisi politik, dan partai dalam memahami perilaku pemilih dan merancang strategi kampanye legislatif yang efektif

Daftar Pustaka

- Adam, S., & Maier, M. (2010). Personalization of politics: A critical review and agenda for research. *Annals of the International Communication Association*, 34(1), 213–257.
- Aldrich, J. H. (1993). Rational choice and turnout. *American Journal of Political Science*, 37(1), 246–278.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1960). *The American Voter*. Chicago: University of Chicago Press.
- Castello, D. (2019). Personal reputation in electoral campaigns: The role of candidate traits. *Political Communication*, 36(4), 534–554.
- Collignon, S., & Sajuria, J. (2018). Local means local, does it? Regional identification and preferences for local candidates. *Electoral Studies*, 56, 170–178.
- Falcão, F., Sousa, B., Pereira, D. S. M., & dkk. (2023). We vote for the person, not the policies: How personality traits influence voting behaviour. *Discover Psychology*, 3(1),
- Farrell, D., & McAllister, I. (2006). *Candidate Personalization in Comparative Perspective*. Palgrave Macmillan.
- Farrell, D., & McAllister, I. (2006). *Candidate personalization in comparative perspective*. Palgrave Macmillan.
- Fridkin, K. L., & Kenney, P. J. (2011). The role of candidate traits in campaigns. *Journal of Politics*, 73(1), 61–73.

- Funk, C. L. (1997). Implications of political expertise in candidate trait evaluations. *Political Research Quarterly*, 50(3), 675–697.
- Green, D. P., Palmquist, B., & Schickler, E. (2002). Studying the Impact of Candidate Characteristics on Voter Decision Making. Dalam S. Inyengar & M. Prior (Ed.), *Partisan Hearts and Minds: Political Parties and the Social Identities of Voters*. Yale University Press.
- Hassell, H. J. G., & Visalvanich, N. (2024). Perceptions of electability: Candidate (and voter) ideology, race, and gender. *Political Behavior*, 46, 2075–2098.
- Kusuma, H., et al. (2017). The role of candidate personal attributes in legislative elections: Evidence from Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 21(1), 15–28.
- Kusumawati, D. (2015). Pemilih rasional dan preferensi politik dalam pemilu legislatif. *Jurnal Pemilu dan Demokrasi*, 11(2), 107–121.
- Lipset, S. M., & Rokkan, S. (1967). Cleavage structures, party systems, and voter alignments: An introduction. Dalam S. M. Lipset & S. Rokkan (Ed.), *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives* (hal. 1–64). New York: Free Press.
- McClellan, C. T., & Ono, Y. (2024). Too young to run? Voter evaluations of the age of candidates. *Political Behavior*, 46, 2333–2355.
- Popkin, S. L. (1994). *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns* (2nd ed.). Chicago: University of Chicago Press.
- Pratikno. (2014). Profil Pemilih dan Dinamika Pemilihan Legislatif di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17(2), 139–154.
- Sakinah, N., & Supratiwi. (2024). Shifts in voter behavior and the electoral challenges facing PKB in the 2024 Demak local election. *Sosioedukasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan dan Sosial*, 15(1).
- Shepard, M. (2007). Party cues and voter decision making. *Political Behavior*, 29(2), 175–199.
- Simanjuntak, D. F., & Fernandes, R. (2022). Perilaku pemilih masyarakat etnis Tionghoa dalam pemilu legislatif di Kota Padang. *Jurnal Perspektif*, 5(3), 343–352.