

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

A. TINJAUAN PUSTAKA

Adapun penelitian terdahulu adalah suatu sajian singkat hasil penelitian terdahulu dalam skripsi ini. Penelitian sejenis pernah dilakukan oleh:

¹*Pertama:* Zul Pachmi, Tahun 2014 (Fakultas Ushuluddin, Filsafat Dan Politik Universitas Islam Negeri Aladdin Makassar), Skripsi: Perilaku Pemilih Dalam Pemilihan Presiden 2014 Di Kelurahan Mata Allo Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pemilih di kelurahan Mata Allo dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2014-2019 yang lebih dominan adalah pemilih partisan karena masyarakat mempunyai fanatisme tersendiri terhadap kandidat tertentu dalam pilpres 2014. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pemilih masyarakat di kelurahan Mata Allo pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2014-2019 lebih dikarenakan pada faktor citra kandidat yang dianggap memiliki kharismatik dan sosok idaman bagi masyarakat, yang dapat mempengaruhi psikologis pemilih.

²*Kedua:* Fera Harianti Nasition, Tahun 2009 (Departemen Ilmu Politik) Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Judul Skripsi: Perilaku Pemilih Dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Utara Secara Langsung Di Kabupaten Labuhan Batu (studi kasus di kelurahan Bakaran Batu Kabupaten Labuhan Batu). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pilkada secara langsung di Kabupaten Labuhan Batu Kelurahan Bakaran Batu terdapat

¹Zul Pachmi 2014, Skripsi: Perilaku Pemilih Dalam Pemilihan Preside 2014 Di Kelurahan Mata Allo Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa.

²Fera Harianti Nasition, Tahun 2009, Skripsi: Perilaku Pemilih Dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Utara Secara Langsung Di Kabupaten Labuhan Batu (studi kasus di kelurahan Bakaran Batu Kabupaten Labuhan Batu).

hubungan yang cukup kuat antara orientasi kandidat dan orientasi isu dengan perilaku pemilih.

³*Ketiga:* penelitian yang dilakukan oleh Yohanes Yoelvan E. Negong Tahun 2014 dengan judul skripsi: Studi tentang Faktor Isu Politik dan Isu Kandidat Paket Esthon-Paul dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Nusa Tenggara Timur Tahun 2013 di Kelurahan Kelapa Lima Kota Kupang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemenangan pasangan paket Esthon-Paul di kelurahan kelapa lima, dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: (a). Isu politik antara lain; pemberian beasiswa bagi pelajar yang kurang mampu, pemberdayaan koperasi, peningkatan jumlah tenaga medis dan paramedis di puskesmas, pengembangan usaha bagi pengusaha kecil dan menengah, serta penurunan angka kematian ibu dan anak. (b). Isu kandidat antara lain, berpengalaman di bidang birokrasi, berpengalaman di bidang pariwisata, dipercaya oleh masyarakat, hadir dalam setiap persoalan yang ada dalam masyarakat, memiliki kesamaan etnis dan memiliki kesamaan agama.

Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang perilaku memilih sedangkan perbedaanya adalah lokasi penelitian dan waktu dimana peneliti memfokuskan di Desa Fenun Kecamatan Amanatun Selatan Kabupaten Timor Tengah Selatan.

³Yohanes Yoelvan E. Negong Tahun 2014 dengan judul Skripsi: studi tentang Faktor Isu Politik dan Isu Kandidat Paket Esthon-Paul dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Nusa Tenggara Timur Tahun 2013 di Kelurahan Kelapa Lima Kota Kupang.

B. PERILAKU MEMILIH

Studi tentang perilaku memilih merupakan studi mengenai alasan dan faktor yang menyebabkan seseorang memilih suatu partai atau kandidat yang ikut dalam kontestasi politik. Perilaku memilih baik sebagai konstituen maupun masyarakat umum disini dipahami sebagai bagian dari konsep partisipasi politik rakyat dalam sistem perpolitikan yang cenderung demokratis.

⁴Secara garis besar, pemilih diartikan sebagai semua pihak yang menjadi tujuan utama para kontestan untuk mereka pengaruhi dan yakinkan agar mendukung dan kemudian memberikan suaranya kepada kontestan yang bersangkutan. Pemilih dalam hal ini dapat berupa konstituen maupun masyarakat yang merasa diwakili oleh suatu ideologi tertentu yang kemudian dimanifestasikan dalam institusi politik seperti parpol.

Salah satu strategi yang merupakan hal penting dalam memenangkan pemilu adalah yakni konsep mengenai marketing politik. Melalui aktivitas marketing seperti iklan dan promosi, informasi serta pengetahuan akan dapat dengan mudah disebarluaskan oleh para kontestan. Marketing politik dilakukan dengan melibatkan media TV, radio, koran dan *pamphlet* yang perlu disampaikan kepada publik.

⁵Strategi dalam mengemas pesan politik merupakan hal yang sangat penting. Pengemasan sangat berperan dalam mengarahkan cara masyarakat memaknainya. Pesan yang diangkat harus sesuai dengan isu-isu politik yang sedang berkembang dalam masyarakat.

⁴Efriza. Political Explore, Sebuah Kajian Ilmu Politik. (Bandung: Alfabeta. 2012), h. 480

⁵ Firmanzah. Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas Edisi Revisi. (Jakarta, Yayasan Obor Indonesia. 2012), h. 261

⁶Marketing politik memberikan perangkat teknik dan metode marketing pada dunia politik.

Marketing politik digunakan penerapan 4pembauran marketing, yaitu:

1. Produk (*product*) berarti partai, kandidat dan gagasan partai yang akan disampaikan konstituen. Produk ini berisi konsep, identitas, ideologi yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik.
2. Promosi (*promotion*) adalah upaya periklanan, kehumasan dan promosi untuk sebuah partai yang di mix sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini pemilihan media perlu dipertimbangkan.
3. Harga (*price*), mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis, sampai citra nasional. Harga ekonomi mencakup biaya yang dikeluarkan partai selama kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya, rasa nyaman dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan. Harga citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan menjadi kebanggaan negara.
4. Penempatan (*place*), berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Ini berarti sebuah partai atau kandidat harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat baik itu geografis maupun demografis.

⁶ Firmanzah. Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas Edisi Revisi. (Jakarta Yayasan Obor Indonesia. 2012), h. 199-201

Menggunakan 4pembauran marketing dalam dunia politik menjadikan marketing politik tidak hanya sebatas masalah iklan, tetapi lebih komperhensif. Political marketing menyangkut cara sebuah institusi politik atau parpol ketika memformulasikan produk politik, menyusun program publikasi kampanye dan komunikasi politik, strategi segmentasi untuk memenuhi kebutuhan lapisan masyarakat sampai ke perhitungan harga sebuah produk politik.

⁷Political marketing memiliki peran dan fungsi sebagai distribusi informasi publik, edukasi politik, kesadaran politik, partisipasi dan keterlibatan politik.

Marketing politik berperan untuk membiasakan diri bagi partai politik maupun konstituen dalam bersaing dengan sehat dan terbuka. Marketing politik diyakini dapat meningkatkan ikatan rasional maupun emosional kontestan dengan para pendukungnya. Serangkaian aktivitas marketing politik membuat hubungan antara kontestan dengan konstituen menjadi lebih intens.

⁸Selama ini penjelasan-penjelasan teoritis tentang voting behavior didasarkan pada tiga model atau pendekatan yaitu pendekatan sosiologis, pendekatan psikologis dan pendekatan rasional:

1. Pendekatan sosiologis

Merupakan sesuatu yang sangat vital dalam memahami perilaku politik, karena kelompok-kelompok ini mempunyai peran yang besar dalam membentuk sikap, persepsi dan orientasi seseorang. Pendekatan sosiologis menekan pentingnya beberapa hal yang berkaitan dengan instrumen kemasyarakatan seseorang seperti: 1) Status sosial ekonomi (pendidikan, jenis

⁷Firmanzah. Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas Edisi Revisi. (Jakarta, Yayasan Obor Indonesia. 2012), h. 323

⁸Afan Gaffar. Politik Indonesia.(Yogyakarta. Pustaka,Pelajar.2005), h. 47

pekerjaan dan pendapatan). 2) Agama. 3) etnis, bahkan wilayah tempat tinggal. (Leo Agustino 2009, membaca perilaku pemilih pikiran rakyat.com).

2. Pendekatan psikologis

Menentukan pilihannya karena pengaruh kekuatan psikologis yang berkembang dalam dirinya sendiri melalui proses sosialisasi politik. Dengan demikian konsep sosialisasi politik dan resosialisasi politik merupakan konsep dalam memahami pendekatan ini.

⁹Dalam studi perilaku pemilih, orientasi dapat dibedakan menjadi dua, orientasi terhadap isu dan orientasi terhadap calon. Tiga aspek psikologis antara manusia dengan aspek-aspek dalam pemilu antara lain :

a) Identifikasi kepartaian

¹⁰Identifikasi kepartaian tidak hadir dengan sendirinya dalam diri individu, perkembangan individu pada masa remaja cenderung mengikuti preferensi politik orang tua mereka. Jika orang tua mereka mengidentifikasi diri mereka pada suatu partai tertentu, maka anak-anak mereka (cenderung) juga mengidentifikasi diri mereka dengan partai tersebut. Dari suatu segi, identifikasi kepartaian ini hanya upaya individu mendekatkan dirinya kepada satu partai tertentu secara psikologis dalam waktu yang lain saat pemilu atau pilkada. Pembentukan identifikasi kepartaian tertentu dianggap sama dengan seseorang mengembangkan afiliasi keagamaan pada masa anak-anak. Pendekatan psikologis ini juga mengidentifikasi perilaku memilih individu dari proses sosialisasi yang mereka dapatkan dari lingkungan sekitarnya.

⁹Gaffar, Afan. 1992. *Javanese Voters: A Case Study Of Election Under A Hegemonis Party System*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

¹⁰Butler, D. & Stokes, D. (1974) *Political Change in Britain* (2nd Ed). London: Macmillan

b) Orientasi isu

Dalam perkembangannya, orientasi terhadap isu ini sering juga dikaitkan dengan bagaimana membangun kesan politik (citra politik) agar pemilih cenderung kepada partai dan calon kepala daerah tertentu. Antara membangun kesan terhadap partai politik melalui pemilihan isu yang dikenalkan kepada masyarakat memerlukan kerja ekstra dari kader partai.

c) Orientasi kandidat

Faktor dari pendekatan ini yang tidak kalah penting adalah variabel orientasi kandidat. Pengetahuan individu (*voters*) terhadap keberadaan kandidat akan berdampak pada posisi kandidat tersebut dalam pemilu. Biasanya pemilih lebih cenderung memberikan evaluasi terhadap kandidat berdasarkan popularitas dalam suatu daerah pemerintah, reputasi yang dimiliki kandidat dan kemampuan yang bersangkutan.

3. Pendekatan rasional

Pada pendekatan ini isu-isu politik menjadi pertimbangan penting para pemilih akan menentukan pilihannya berdasarkan penilaiannya terhadap isu-isu politik dan kandidat yang diajukan. Artinya para pemilih dapat menentukan pilihannya berdasarkan pertimbangan-pertimbangan rasional. Dalam studi voting behavior,

¹¹Pemilih rasional yang diadaptasi dari ilmu ekonomi ini biasanya menggunakan perhitungan untung rugi dalam menentukan pilihan politiknya. Perilaku pemilih berdasarkan pertimbangan rasional tidak hanya berupa memilih alternatif yang paling menguntungkan atau yang mendatangkan

¹¹Surbakti, Ramlan. *Memahami Ilmu Politik*, (Jakarta: PT. Grasindo. 1992), h. 52

kerugian yang paling sedikit, tetapi juga dalam arti memilih alternatif yang menimbulkan resiko yang paling kecil.

a. Partisipasi politik

¹²Dalam analisa modern, partisipasi politik merupakan masalah yang penting dan banyak dipelajari terutama dalam hubungannya dengan negara berkembang. Pada awalnya studi mengenai partisipasi politik hanya memfokuskan diri pada partai politik sebagai pelaku utama, akan tetapi dengan berkembangnya demokrasi, banyak muncul kelompok masyarakat yang juga ingin berpartisipasi dalam bidang politik khususnya dalam hal pengambilan keputusan mengenai kebijakan umum.

Secara umum dapat dikatakan bahwa partisipasi politik adalah kegiatan seorang atau kelompok orang ikut serta aktif dalam kehidupan politik. Herbert McClosky berpendapat bahwa partisipasi politik adalah kegiatan sukarela warga masyarakat melalui mana mereka mengambil bagian dalam proses pemilihan penguasa, dan secara langsung atau tidak langsung, dalam proses pembentukan kebijakan umum, penguasa, dan secara langsung atau tidak langsung, dalam proses pembentukan kebijakan umum.

¹³Selain itu rendahnya partisipasi politik juga menunjukkan lemahnya legitimasi dan rezim yang sedang berkuasa. Partisipasi sebagai suatu bentuk kegiatan dibedakan atas dua bagian, yaitu :

¹²Budiardjo Miriam. Dasar-Dasar Ilmu Politik Edisi Revisi. (Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 367

¹³Surbakti, Ramlan. Memahami Ilmu Politik. (Jakarta, PT Grasindo, 1999), h. 14

1. partisipasi aktif

yaitu kegiatan berorientasi pada output dan input politik. Yang termasuk dalam partisipasi aktif adalah, mengajukan suatu kebijakan yang dibuat pemerintah, mengajukan kritik dan perbaikan untuk meluruskan kebijakan, membayar pajak dan memilih pemimpin pemerintah.

2. Partisipasi pasif

yaitu kegiatan yang hanya berorientasi pada output politik. Pada masyarakat yang termasuk kedalam jenis partisipasi ini menurut segala kebijakan dan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah tanpa mengajukan kritik dan usulan perbaikan.

- b. Pemilihan kepala daerah

¹⁴Pemilihan kepala daerah (pilkada) langsung merupakan sekumpulan unsur yang melakukan kegiatan atau menyusun skema atau tata cara melakukan proses untuk memilih kepala daerah. Sebagai suatu sistem, sistem pilkada langsung mempunyai bagian-bagian yang merupakan sistem sekunder. Undang-undang nomor 10 tahun 2016 tentang perubahan kedua atas undang-undang 1 tahun 2015 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti undang-undang nomor 1 tahun 2014 tentang pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota menjadi undang-undang (dalam satu naskah).

¹⁵Pada pasal 1 undang-undang nomor 8 tahun 2015, menyebutkan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati serta Walikota dan Wakil Walikota yang selanjutnya disebut pemilihan adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan kabupaten/ kota untuk

¹⁴Undang-undang nomor 10 tahun 2016 tentang perubahan kedua atas undang-undang 1 tahun 2015 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti undang-undang nomor 1 tahun 2014 tentang pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota menjadi undang-undang (dalam satu naskah).

¹⁵Lembaran Negara RI Tahun 2015 Nomor 23 dan Tambahan Lembaran Negara Nomor 5656, Serta Lembaran Negara RI Nomor 57 dan Tambahan Lembaran Negara 5678

memilih Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati serta Walikota dan Wakil Walikota secara langsung dan demokratis.

Pada pasal 3 undang-undang nomor 8 tahun 2015, menyebutkan pemilihan dilaksanakan setiap 5 (lima) tahun sekali secara serentak di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Berbagai penelitian menyimpulkan bahwa pemilih menggunakan hak suaranya tanpa harapan yang rasional untuk mengubah hasil. Yang dia dapatkan adalah imbalan emosional. Mungkin kebanggaan karena dengan memilih dia menjalankan tugasnya sebagai warga negara. Atau perasaan bahagia karena sudah berusaha membantu rakyat miskin dengan program yang dipilihnya. Apakah program tersebut terlaksana atau tidak sangat kecil hubungannya dengan suara pemilih tersebut. Dan resiko (baik atau buruk) yang ditanggung oleh si pemilih atas pilihannya biasanya sangat kecil.

Menurut model perilaku politik tersebut, terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku politik seorang aktor politik.

1. Lingkungan sosial politik yang tidak langsung, seperti sistem politik, sistem hukum, sistem ekonomi, sistem budaya, dan sistem media massa.
2. Lingkungan sosial politik langsung yang mempengaruhi dan membentuk kepribadian dari aktor politik; seperti keluarga, agama, kelompok pergaulan dan sekolah. Dimana dari lingkungan sosial politik langsung mereka mengalami sosialisasi dan internalisasi nilai-nilai dan norma-norma masyarakat.
3. Struktur kepribadian yang tercermin dalam sikap individu.
4. Faktor lingkungan sosial politik langsung, berupa situasi, yaitu keadaan yang memberikan pengaruh terhadap aktor politik secara langsung ketika

hendak melakukan suatu kegiatan, seperti cuaca, keadaan keluarga, keadaan ruang, rasionalisasi, dan identifikasi dengan aggressor.

Sementara menurut Max Weber, ada empat alasan utama yang menyebabkan seseorang melakukan aktivitas politik, yakni :

1. Rasional nilai, yaitu alasan yang didasarkan atas penerimaan secara rasional akan nilai-nilai suatu kelompok.
2. Emosional efektif, yaitu alasan yang didasarkan atas kebencian atau sukacita terhadap suatu ide organisasi, partai atau individu.
3. Tradisional, didasarkan atas penerimaan norma tingkah laku individu atau tradisi tertentu dari suatu kelompok social.
4. Rasional instrumental, yaitu alasan yang didasarkan atas kalkulasi untung rugi secara ekonomi.

¹⁶Ada tiga faktor determinan bagi pemilih dalam menentukan pilihan politiknya. Ketiga faktor tersebut sangat mempengaruhi pertimbangan pemilih, yakni:

1. Kondisi awal pemilih, ini dimaksudkan bahwa karakteristik yang melekat dalam diri pemilih. Setiap individu memiliki sistem nilai, keyakinan dan kepercayaan yang berbeda-beda dan mewarisi kemampuan yang berbeda-beda pula. Kondisi ini jelas sangat mempengaruhi individu ketika mengambil keputusan politik.
2. Faktor media massa yang mempengaruhi opini publik. Media massa yang memuat data, informasi dan berita berperan penting dalam mempengaruhi opini dimasyarakat. Demikian pula dengan pemaparan para ahli, iklan

¹⁶ Firmanzah. Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas .(Jakarta Yayasan Obor Indonesia, 2007), h. 87

politik, hasil seminar, survey dan berbagai hal yang diulas dalam media massa akan menjadi pertimbangan pemilih.

3. Faktor parpol atau kontestan, pemilih akan menilai latar belakang, reputasi, citra, ideologi dan kualitas para tokoh-tokoh parpol dengan pandangan mereka masing-masing. Dalam hal ini masyarakat lebih sering melakukan penilaian terhadap figur tokoh parpol, sekaligus menjadi barometer mereka dalam menilai parpol yang bersangkutan.

Apabila kita membicarakan teori perilaku pemilih, maka tidak ada satu teori yang benar, karena juga tidak ada hanya satu teori mengenai perilaku manusia pada umumnya.

Ada tiga teori besar yang menjelaskan mengapa seseorang tidak memilih ditinjau dari sudut pemilih ini adalah sebagai berikut :

1. Teori sosiologis. Seseorang tidak ikut dalam pemilihan dijelaskan sebagai akibat dari latar belakang sosiologis tertentu, seperti agama, pendidikan, pekerjaan, ras dan sebagainya. Faktor jenis pekerjaan juga dinilai bisa mempengaruhi keputusan orang ikut pemilihan atau tidak.
2. Teori psikologis. Keputusan seseorang untuk ikut memilih atau tidak ditentukan oleh kedekatan dengan partai atau kandidat yang maju dalam pemilihan. Makin dekat seseorang dengan partai atau kandidat tertentu makin besar kemungkinan seseorang terlibat dalam pemilihan.
3. Teori sosial ekonomi. Teori ini menyatakan keputusan untuk memilih atau tidak dilandasi oleh pertimbangan rasional, seperti ketidakpercayaan dengan pemilihan yang bisa membawa perubahan lebih baik. Atau

ketidakpercayaan masalah akan bisa diselesaikan jika pemimpin baru terpilih, dan sebagainya.¹⁷

Pendekatan sosiologis berasal dari Eropa Barat yang dikembangkan oleh para ahli politik dan sosiologi. Mereka memandang masyarakat sebagai sesuatu yang bersifat hirarkis terutama berdasarkan status, karena masyarakat secara keseluruhan merupakan kelompok orang yang mempunyai kesadaran status yang kuat. Mereka percaya bahwa masyarakat sudah tertata sedemikian rupa sesuai dengan latar belakang dan karakteristik sosialnya, maka memahami karakteristik sosial tersebut merupakan sesuatu yang penting dalam memahami perilaku politik individu.

Perilaku pemilih dari pendekatan sosiologis tersebut dipengaruhi oleh indikator sebagai berikut :

- a. Pendidikan,¹⁸
- b. Jabatan / pekerjaan,
- c. Jenis kelamin
- d. Usia.

¹⁷Roth, Dieter, (2009). Studi Pemilu Empiris: Sumber, Teori-teori, Instrumen dan Metode. Jakarta: Lembaga Survei Indonesia.

¹⁸Gaffar, Afan. Javanese Voters: A Case Study Of Election Under A Hegemonis Party System. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.1992), h. 5

C. KERANGKA ANALISIS PERILAKU MEMILIH

Dengan melihat judul dan permasalahan yang dikemukakan maka ada dua variable yang akan diteliti. Variabel yang dimaksud adalah variable bebas (X) yakni factor prilaku memilih yang dikaitkan dengan variable terikat (Y) yakni prilaku memilih.

Oleh karena itu kerangka pemikiran ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1.1 Kerangka pemikiran

