



Dinamika Perilaku Memilih Dalam Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024 Bagi Pemilih Muda Kota Banjarmasin

Siti Hamidah¹⁾, Fadly²⁾

Program Studi Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

siti.hamidah@ulm.ac.id¹⁾

Fadly@ulm.ac.id²⁾

Abstrak

Generasi muda mendominasi pemilih Pemilu tahun 2024, yakni sebanyak 56,45% dari total keseluruhan pemilih di Indonesia. Di Provinsi Kalimantan Selatan terdapat sekitar 57% data pemilih tetap merupakan pemilih muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika perilaku memilih dalam pemilihan umum presiden dan wakil presiden tahun 2024 bagi pemilih muda di kota Banjarmasin dengan memperhatikan intensi memilih serta perilaku memilih yang sesungguhnya. Penelitian ini dikembangkan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa faktor atau aspek-aspek yang mempengaruhi keputusan pemungutan suara bagi pemilih muda di kota Banjarmasin adalah kualifikasi dan pengalaman kandidat; visi dan usulan kebijakan kandidat; kejujuran, kepercayaan, dan komitmen untuk melayani kepentingan publik, termasuk reputasi, perilaku masa lalu, dan kemampuan untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan; keselarasan dengan preferensi ideologis pemilih serta kemampuan untuk membawa perubahan yang berarti dan bermanfaat.

Kata kunci: Perilaku Memilih, Pemilihan Umum, Pilpres, Pemilih Muda

Abstract

The younger generation dominates the 2024 election voters, accounting for 56.45% of the total voters in Indonesia. In South Kalimantan Province, approximately 57% of permanent voters are young voters. This study aims to analyze the dynamics of voting behavior in the 2024 presidential and vice-presidential elections for young voters in Banjarmasin City by considering voting intentions and actual voting behavior. This research was developed using descriptive quantitative methods. The results describe that factors or aspects that influence voting decisions for young voters in Banjarmasin City are the qualifications and experience of candidates; the candidate's vision and policy proposals; honesty, trustworthiness, and commitment to serving the public interest, including reputation, past behavior, and the ability to inspire trust and confidence; alignment with voters' ideological preferences and the ability to bring about meaningful and beneficial change.

Key words: Voting Behavior, General Elections, Presidential Elections, Young Voters

PENDAHULUAN

Bentuk perwujudan dari negara demokrasi yang mengutamakan keterlibatan masyarakat secara langsung dalam pemilu dilihat dari partisipasi politik masyarakat yang tentu memiliki peran penting untuk menyeleksi pejabat negara yang duduk di kursi pemerintahan (Yusrin & Salpina, 2023). Rogers, Fox, & Gerber (2013) mengembangkan konsep baru dalam memahami alasan masyarakat sebagai individu dalam memilih. Alih-

alih mengonseptualisasikan pemungutan suara sebagai keputusan atas kepentingan pribadi yang dibuat dalam satu waktu. Pemungutan suara dikonseptualisasikan sebagai perilaku sosial yang dipengaruhi oleh peristiwa yang terjadi sebelum dan setelah pemberian suara (Helmi, Rembulan & Priwati, 2021). Salah satu faktor yang dominan dalam kasus ini ada penggunaan media sosial khususnya oleh generasi muda sebagai salah satu sarana marketing politik. Melihat partisipasi pemilih pada 3 Pemilu terakhir, terlihat mengalami peningkatan pada tiap pemilu, pada tahun 2009 partisipasi pemilih 71% menjadi 75,11% pada 2014 dan terakhir 81,69% pada pemilu 2019 dan pada tahun 2024 sebanyak 81,78% (3) (Budiaty et al, 2018).

Dalam pesta demokrasi tahun 2024 menariknya peran pemilih muda sangat besar, Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan daftar pemilih tetap (DPT) untuk Pemilu 2024 jumlahnya mencapai 204.807.222 pemilih. Berdasarkan hasil rekapitulasi DPT, mayoritas pemilih Pemilu 2024 didominasi dari kelompok generasi Z dan milenial. Sebanyak 66.822.389 atau 33,60% pemilih dari generasi milenial. Sedangkan pemilih dari generasi Z adalah sebanyak 46.800.161 pemilih atau sebanyak 22,85% dari total DPT Pemilu 2024. Berdasarkan data KPU tersebut, jumlah pemilih muda mencapai 106.358.447 jiwa. Rinciannya, pemilih berusia 17 tahun sebanyak 0,003 persen atau sekitar 6 ribu jiwa. Kemudian pemilih dengan rentang usia 17 tahun hingga 30 tahun mencapai 31,23 persen atau sekitar 63,9 juta jiwa. Lalu disusul dengan Pemilih dengan 31 tahun hingga 40 tahun sebanyak 20,70 persen atau sekitar 42,395 juta jiwa.

Sementara pemilih dengan usia lebih dari 40 tahun persentasenya mencapai 48,07 persen atau berjumlah 98.448.775 orang. Secara keseluruhan generasi muda mendominasi pemilih Pemilu 2024, yakni sebanyak 56,45% dari total keseluruhan pemilih. Selain itu, adapun kelompok pemilih dari generasi X yang menyusul di urutan berikutnya yaitu sebanyak 57.486.482 atau 28,07% dari total pemilih (Data Book KPU RI, 2024). Sisanya berasal dari kelompok generasi pre-boomer, atau orang yang lahir sebelum tahun 1944 dengan total sebanyak 3.570.850 atau 1,74% pemilih (Tempo, 2024). Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Kalimantan Selatan menyatakan sekitar 57 persen data pemilih tetap di provinsi Kalimantan Selatan merupakan pemilih millennial. Bahkan sekitar 23 persen di antara 3.025.220 orang dari 13 kabupaten/kota merupakan pemilih muda atau gen Z (6) (Antara News, 2024).

Besarnya angka generasi muda sebagai pemilih, merupakan sebuah tantangan besar bagi penyelenggara pemilu dan peserta pemilu untuk bisa mendorong mereka menyalurkan hak suaranya pada Pemilu dan tentu saja preferensi pemilih muda akan berimplikasi pada keputusan politik baik ditingkat partai politik maupun di sistem pemerintahan (Sitorus & Sitorus, 2023). Perubahan lanskap politik ke depan akan didorong oleh tipikal pemilih muda yang dinamis, adaptif dan responsif, terutama pergeseran minat mereka pada isu-isu politik dan karakteristik kepemimpinan nasional. Pada agregat nasional, meningkatnya ketertarikan pemilih muda terhadap karakter calon pemimpin yang jujur dan anti-korupsi. Faktor penetrasi internet dan meningkatnya penggunaan media sosial juga diperkirakan akan mengubah arah dan preferensi politik pemilih muda. Media sosial pada level tertentu diprediksi akan mempengaruhi perubahan perilaku anak muda dalam memilih capres dan partai politik (CSIS, 2024).

Penting kiranya juga bagi pemerintah dan masyarakat memulai untuk lebih memperhatikan keaktifan pemilih muda. Karakteristik pemilih muda yang sangat kritis, mandiri, independen, anti status quo serta pro-perubahan bisa dipahami sebagai kekuatan baru dalam proses demokrasi negara. Kemampuan pemilih muda dalam menerima akses informasi dan pendidikan juga diharapkan mampu mencerminkan perilaku politik yang lebih

matang (Polii, Pati & Potabuga, 2020). Karakteristik ini dipandang cukup kondusif untuk menciptakan tumbuh kembangnya komunitas pemilih muda yang cerdas dalam pemilu yakni konstituen yang mampu melakukan pertimbangan rasional dalam menentukan pilihannya (Bogard & Renee, 2008). Namun pemilih muda justru banyak yang tidak menggunakan hak pilihnya dengan baik. Faktor penting dan alasan utama mengapa pemilih pemula tidak memilih para kandidat dalam pemilu (golput) dikarenakan aspek kepercayaan dan citra kandidat belum memenuhi kualifikasi dan harapan para pemilih pemula. Oleh sebab itu, maka diperlukan pemahaman baru dalam mengidentifikasi dinamika pemilih muda tersebut karena ambiguitasnya cukup menarik.

Dinamika memilih para pemilih muda tersebut mengindikasikan perilaku memilih tidak bersifat statis yang dipengaruhi peristiwa sebelum dan setelah memilih. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti hendak mengkaji bagaimana dinamika perilaku memilih pada para pemilih pemula dengan memperhatikan intensi memilih serta perilaku memilih yang sesungguhnya. Terlebih dengan adanya temuan pada studi pendahuluan bahwa para pemilih pemula rentan untuk menjadi floating voters.

METODE

Penelitian ini dikembangkan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode ini akan menggunakan survey, studi literatur, observasional, serta pengalaman personal untuk memahami penelitian. Alasan pemilihan metode ini apabila dilihat dari tujuannya, adalah penelitian terapan (*applied research*) karena hasilnya akan digunakan sebagai upaya untuk memecahkan permasalahan dinamika pemilih muda dalam keputusan politik berdasarkan metode observasi partisipatif yang juga menegaskan peran sentral peneliti dalam penelitian ini (Hannink & Hutter & Bailey 2011).

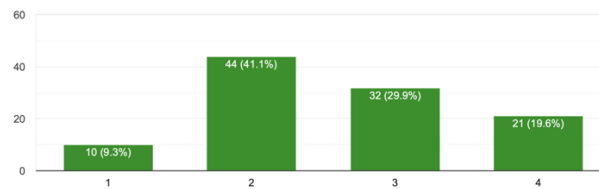
Lokasi penelitian di 5 kecamatan di kota Banjarmasin yakni Banjarmasin Utara, Selatan, Barat, Timur dan Banjarmasin Tengah. Populasi dari penelitian ini adalah pemilih yang memiliki hak suara dalam pemilu di Kota Banjarmasin. Adapun sampel pada penelitian ini berjumlah 107 subjek penelitian. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sistem non random sampling (nonprobability sampling). Penggunaan purposive sampling dengan teknik sampling jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel atau pengambilan sampel didasarkan pada tujuan tertentu. Purposive sampling terdiri dari dua alternatif diantaranya judgement sampling dan quota sampling. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan judgement sampling dikarenakan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi beberapa kriteria yaitu individu yang memiliki hak pilih di rentang usia 17-35 tahun dan berpartisipasi dalam pemilihan presiden dan wakil presiden di kota Banjarmasin. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik non probabilitas sampling yaitu dengan metode judgement purposive sampling yang disesuaikan dengan kriteria subjek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengetahuan dan Sikap Pemilih Muda Dalam Pilpres dan Pilkada di Banjarmasin

Diagram 1. Pencoblosan Dalam Pilpres

Saya mencoblos dalam pilpres
107 responses



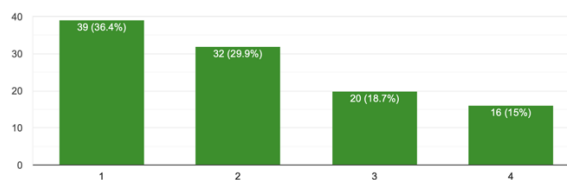
Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Data berikut adalah terkait jawaban responden tentang seberapa sering melakukan pencoblosan dalam pilpres. Terlihat dalam data sebanyak 41,1% atau 44 orang jarang mencoblos pada pilpres, sementara 32 orang atau 29,9% sering melakukan pencoblosan pada pemilihan umum presiden. Data 21 orang lainnya sebesar 19,6 persen menyatakan sangat sering mencoblos dan 10 orang atau 9,3 % tidak pernah mencoblos.

Jadi ada 10 Responden yang golput dan 19 Responden yang sangat sering melakukan pencoblosan pada pilpres.

Diagram 2. Pencoblosan Dalam Pilkada

Saya mencoblos dalam pilkada
107 responses

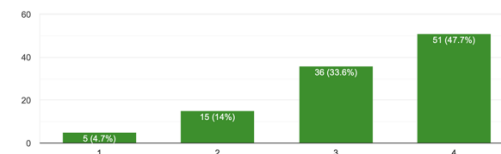


Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Data berikut adalah jawaban responden tentang seberapa sering melakukan pencoblosan dalam pilkada. Terlihat dalam data sebanyak 36,4% atau 39 orang tidak pernah mencoblos pada pilkada, sementara 32 orang atau 29,9% jarang melakukan pencoblosan pada pemilihan kepala daerah. Data 20 orang lainnya sebesar 18,7 persen menyatakan sering mencoblos dan 16 orang atau 15% sangat sering mencoblos. Jadi ada 39 Responden yang tidak pernah mencoblos dan 16 Responden yang sangat sering melakukan pencoblosan pada pilkada.

Diagram 3. Seberapa Mengetahui Responden Terkait Kandidat Dalam Pemilihan Presiden.

Saya mengetahui kandidat dalam pemilihan presiden
107 responses



Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Data berikut adalah Respon berupa jawaban dari pertanyaan seberapa mengetahui Responden terkait kandidat dalam pemilihan presiden. Sebanyak 51 orang atau 47,7% menjawab sangat sering, dan 33,6% atau 36 orang sering mengetahui kandidat dalam pemilihan presiden. Dari data di dapat juga 15 orang setara 14 persen jarang atau kurang mengetahui kandidat presiden dan 5 orang atau 4,7% lainnya menjawab tidak pernah.

Jadi terdapat 51 Responden yang mengetahui kandidat atau calon dalam pemilihan presiden, dan 5 Responden tidak mengetahui para kandidat dalam pemilihan presiden.

Diagram 4. Seberapa Mengetahui Responden Terkait Kandidat Dalam Pemilihan Kepala Daerah.

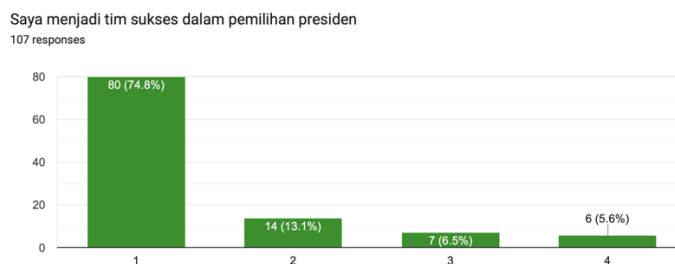


Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Data berikut adalah Respon berupa jawaban dari pertanyaan seberapa mengetahui Responden terkait kandidat dalam pemilihan kepala daerah. Sebanyak 43 orang atau 40,2% menjawab jarang, dan 31,8% atau 34 orang sering mengetahui kandidat dalam pemilihan kepala daerah. Dari data di dapat juga 16 orang setara 15 persen tidak tahu, 14 orang atau 13,1% lainnya menjawab sangat sering.

Jadi terdapat 43 Responden kurang mengetahui kandidat atau calon dalam pemilihan kepala daerah, dan 14 Responden sangat sering mencari tahu para kandidat dalam pemilihan kepala daerah.

Diagram 5. Responden Tentang Pernah Menjadi Tim Sukses Dalam Pemilihan Presiden

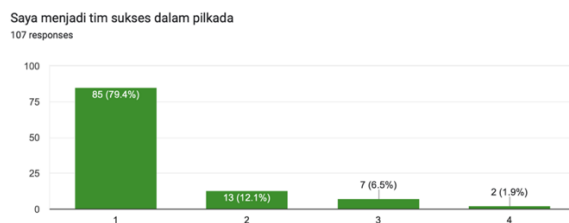


Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Data berikut adalah jawaban responden tentang pernah menjadi tim sukses dalam pemilihan presiden. Terlihat dalam data sebanyak 74,8% atau 80 orang tidak pernah menjadi tim sukses pada pemilihan presiden, sementara 13,1% atau 14 orang jarang. Data juga menunjukkan 7 orang atau sebanyak 6,5% sering menjadi tim sukses dan 5,6% atau 6 orang menyatakan sangat sering menjadi tim sukses dalam pemilihan presiden. Jadi

terdapat 80 orang yang tidak pernah menjadi bagian tim sukses dan 6 orang Responden sangat sering berpartisipasi menjadi tim sukses dalam pemilihan presiden.

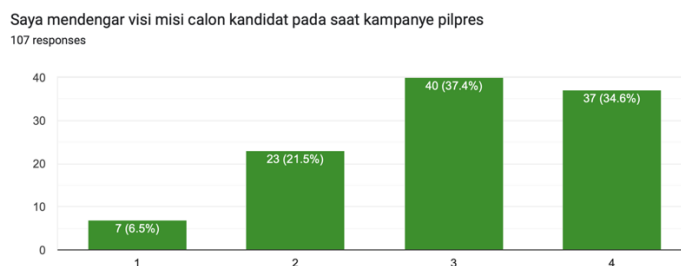
Diagram 6. Responden Menjadi Tim Sukses Dalam Pilkada.



Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Data berikut adalah jawaban dari responden terkait menjadi tim sukses dalam pilkada. Terlihat bahwa 85 orang atau 79,4% tidak pernah terlibat dalam tim sukses pilkada, ada juga sebanyak 12,1% atau 13 orang jarang menjadi tim sukses akan tetapi pernah. Selanjutnya terdapat 6,5% atau 7 orang yang sering menjadi tim sukses pilkada, tetapi hanya 2 orang atau 1,9 persen yang sangat sering menjadi bagian tim sukses. Jadi dapat disimpulkan hanya 2 Responden saja yang sangat sering menjadi tim sukses dalam pilkada, 85 Responden menyatakan tidak pernah menjadi bagian dari tim sukses dalam pemilihan kepala daerah.

Diagram 7. Responden Mendengar Visi Misi Calon Selama Masa Kampanye Pemilihan Presiden



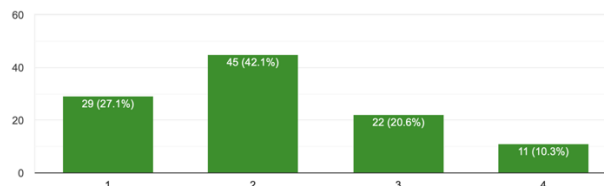
Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan data berdasarkan “mendengar visi misi calon selama masa kampanye pemilihan presiden” dapat diambil penjelasan melalui data diatas yaitu sebanyak 6,5% (7 orang) responden hampir tidak pernah mendengarkan visi misi calon, sementara masih ada responden yang mendengarkan visi misi calon kandidat saat kampanye tapi masih terkategori jarang sebanyak 21,5% (23 orang), atau responden yang terkategori sering mendengarkan tentang kampanye calon kandidat sekitar 37,4% (40 orang), tetapi juga tak bisa tutup mata bahwa masih ada responden yang meleak mengenai calon kandidat dengan mengikuti setiap kampanye yang mereka lakukan, pada data dapat dijabarkan ada sebanyak 34,6% (37 orang).

Jadi pada data ini dapat disimpulkan bahwa lebih banyak orang yang dikategorikan sering untuk mendengar visi misi calon kandidat pada saat kampanye dibandingkan orang-orang yang tidak pernah sama sekali mendengar tentang visi misi calon kandidat.

Diagram 8. Responden Mendengar Visi Misi Calon Kandidat Pada Kampanye Pemilihan Kepala Daerah

Saya mendengar visi misi calon kandidat pada saat kampanye pilkada
107 responses



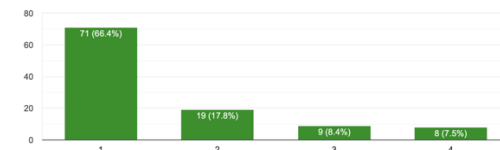
Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil dari responden diatas dapat diketahui pada data tentang mendengar visi misi calon kandidat pada kampanye pemilihan kepala daerah terlihat bahwa ada 29 orang (27,1%) yang tidak pernah mendengarkan tentang visi misi calon kandidat, tetapi kemudian menaik pada data bagian orang yang jarang mendengarkan tentang visi misi yaitu berjumlah 45 orang (42,1%) pada data ini mengalami kepesatan kenaikan dibandingkan data yang lainnya.

Tetapi masih ada 22 orang (20,6%) yang masih sering mendengarkan kampanye kandidat, kemudian data mengalami penurunan lagi yaitu hanya ada sekitar 11 orang (10,3%) yang sangat sering mendengar tentang visi calon kandidat. Pada data pada bagian ini dapat diberikan kesimpulan yaitu lebih banyak orang yang jarang untuk mendengarkan visi misi calon kandidat dengan memiliki jumlah responden yang paling banyak yaitu 45 orang dengan persentase (42,1%) dan persentase terendah pada hasil data responden berkategori tidak pernah dengan 29 orang (27,1%).

Diagram 9. Responden Melakukan Tanya Jawab Tentang Visi Misi Calon Kandidat Secara Langsung Maupun Online

Saya melakukan tanya jawab terkait visi dan misi calon kandidat pada saat kampanye baik secara langsung maupun secara online
107 responses



Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Pada data bagian melakukan tanya jawab tentang visi misi calon kandidat secara langsung maupun online, hasil responden dapat kita lihat bahwa lebih banyak responden yang tidak pernah melakukan wawancara ini dengan jumlah orang yaitu 71 orang (66,4%) dibandingkan dengan yang jarang dengan jumlah responden terkumpul 19 orang (17,8%). Tetapi pada data ini lebih sedikit responden yang melakukan kegiatan wawancara ini yaitu dengan responden yang terbilang sering berjumlah 9 orang (8,4%) dan kemudian memiliki data terendah dengan kategori sangat sering melakukan tanya jawab sebanyak 8 orang (7,5%). Data responden pada kategori ini lebih banyak kelandaian pada bagian tidak pernah melakukan tanya jawab dibandingkan dengan yang sering atau sangat sering.

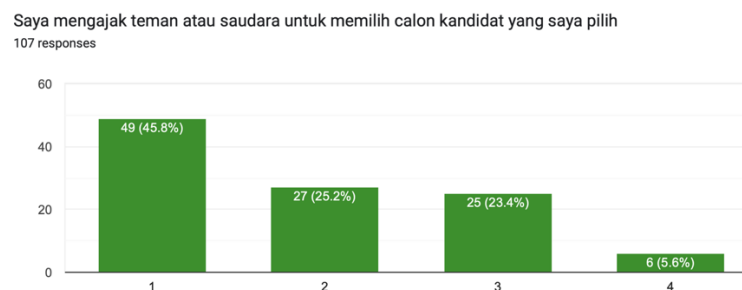
Diagram 10. Responden Responden Mengenai Mempromosikan Calon Kandidat Kepada Orang Lain



Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Menurut data hasil responden mengenai mempromosikan calon kandidat kepada orang lain memiliki hasil data responden terbanyak pada bagan tidak pernah dengan jumlah hasil responden sebanyak 54 orang (50,5%) dan dengan diikuti sebanyak 24 orang (22,4%) yang memiliki jarang untuk melakukan promosi mengenai calon kandidat yang hendak dipilih. Tetapi masih ada 21 orang (19,6%) yang terbilang sering melakukan promosi ini kepada orang lain, namun data menurun pada bagan sangat sering karena hanya ada 8 orang (7,5%) yang sering melakukan promosi calon kandidat nya. Pada data ini pun memiliki bagan data tertinggi hanya pada hasil responden yang tidak pernah melakukan promosi, dan sangat sedikit responden yang sangat sering melakukan tindak promosi calon kandidat.

Diagram 11. Responden Mengajak Teman Atau Saudara Untuk Memilih Calon Kandidat Yang Dipilih



Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Data mengenai mengajak teman atau saudara untuk memilih calon kandidat yang dipilih terlihat 62,2% bagian besar responden dengan jumlah 49 orang (45,8%) memilih tidak pernah mengajak orang disekitar mereka untuk memilih calon kandidat yang sama, kemudian pada bagan jarang ada sekitar 27 orang (25,2%) yang terbilang jarang mengajak teman atau saudara memilih kandidat yang sama. Tetapi pada bagian sering dan sangat sering memiliki perbedaan yang cukup jauh yaitu dengan jumlah 25 orang (23,4%) untuk kategori sering dan 6 orang (5,6%) untuk sangat sering. Jadi kesimpulan yang didapat pada data ini yaitu lebih banyak responden yang memilih tidak pernah dalam mengajak orang sekitarnya untuk memilih kandidat yang sama dibandingkan sering mengajaka orang terdekat untuk memilih yang sama.

Mayoritas responden, sebanyak 45,8% atau 49 orang, menyatakan bahwa mereka tidak pernah menerima bahan material seperti alat dapur, pakaian, atau makanan dari calon kandidat atau tim suksesnya dalam proses politik. Sebanyak 27,1% atau 29 orang mengindikasikan bahwa mereka jarang diberi bahan material tersebut. Sementara itu, sekitar 17,8% atau 19 orang mengatakan bahwa mereka sering menerima bahan material tersebut, menunjukkan adanya praktik pemberian yang cukup terlihat dalam kampanye politik. Minoritas responden, yakni 9,3% atau 10 orang, mengalami pemberian bahan material secara sangat sering.

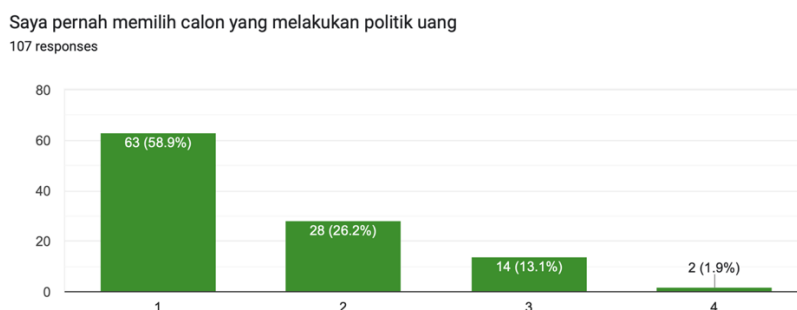
Diagram 12. Responden Menyatakan Bahwa Mereka Tidak Pernah Menerima Bahan Material Seperti Alat Dapur, Pakaian, Atau Makanan Dari Calon Kandidat Atau Tim Suksesnya Dalam Proses Politik,



Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Jadi dari data tersebut diketahui bahwa ada 49 orang menyatakan bahwa mereka tidak pernah menerima bahan material seperti alat dapur, pakaian, atau makanan dari calon kandidat atau tim suksesnya dalam proses politik, sedangkan hanya ada 4 orang saja sangat sering menerima bahan material seperti alat dapur, pakaian, atau makanan dari calon kandidat atau tim suksesnya dalam proses politik.

Diagram 13. Responden Melakukan Politik Uang.



Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

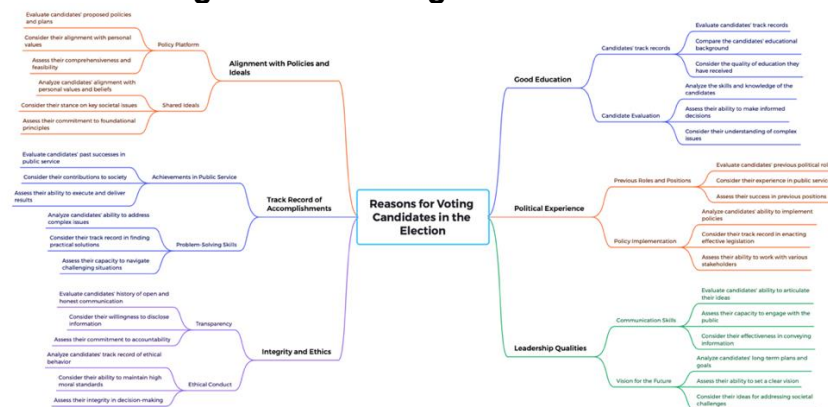
Dari data diatas diketahui bahwa, Mayoritas yaitu 58,9% atau 63 orang menyatakan bahwa tidak pernah memilih calon yang melakukan politik uang. Hanya 26,2% atau 28 orang mengatakan bahwa mereka jarang memilih calon yang melakukan politik uang, kemudian 13,1% atau 14 orang menyatakan sering memilih calon yang melakukan politik uang, dan hanya 1,9% atau 2 orang yang sangat sering memilih calon yang melakukan politik uang. Dari data di atas mayoritas yaitu 63 orang tidak pernah memilih

pemimpin yang melakukan politik uang. Tetapi ada 2 orang yangmana memilih pemimpin yang melakukan politik uang.

Faktor-Faktor Umum Yang Mempengaruhi Keputusan Pemungutan Suara

Respons terhadap pertanyaan berbasis opini ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan responden dalam memilih, seperti kualifikasi kandidat, integritas, keselarasan dengan nilai-nilai responden, dan persepsi kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Berdasarkan tanggapan yang diberikan, faktor-faktor umum yang mempengaruhi keputusan pemungutan suara dalam kumpulan data meliputi aspek-aspek berikut ini:

Gambar 9. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemungutan Suara Bagi Pemilih Muda



Sumber: Olah Data Menggunakan Map AI, 2024

Data tersebut menggambarkan faktor-faktor yang secara dominan memengaruhi keputusan pemungutan suara pemilih muda di Kota Banjarmasin. Secara umum, pertimbangan mereka tidak bersifat tunggal, melainkan kombinasi antara aspek rasional, normatif, dan persepsi personal terhadap kandidat. Aspek pertama yang menonjol adalah kualifikasi dan pengalaman kandidat. Pemilih muda cenderung mempertimbangkan latar belakang pendidikan, pengalaman profesional, serta rekam jejak pelayanan publik sebagai indikator kapasitas kepemimpinan. Keahlian yang relevan dan bukti kemampuan memimpin dipersepsikan sebagai jaminan bahwa kandidat mampu menjalankan pemerintahan secara efektif. Hal ini menunjukkan adanya orientasi pada kompetensi dan kapasitas teknis dalam menentukan pilihan politik.

Selanjutnya, visi dan usulan kebijakan menjadi pertimbangan penting. Pemilih muda memperhatikan arah pembangunan yang ditawarkan kandidat, termasuk proposal kebijakan konkret untuk menyelesaikan persoalan utama di wilayahnya. Keselarasan antara visi kandidat dengan kebutuhan dan kekhawatiran pemilih menjadi faktor penentu. Ini mengindikasikan bahwa pemilih tidak hanya melihat figur, tetapi juga substansi program yang ditawarkan. Dimensi integritas dan karakter kandidat juga muncul sebagai variabel yang signifikan. Kejujuran, reputasi, serta komitmen terhadap kepentingan publik dipandang sebagai fondasi kepercayaan. Perilaku masa lalu dan citra personal kandidat memengaruhi persepsi kredibilitas. Pemilih muda menilai bahwa kemampuan menginspirasi kepercayaan sama pentingnya dengan kemampuan teknis. Keselarasan

ideologis turut menjadi pertimbangan. Pemilih mempertimbangkan apakah nilai, ideologi, dan posisi kebijakan kandidat sejalan dengan preferensi pribadi mereka, terutama terkait isu ekonomi, sosial, dan politik. Ini menunjukkan adanya dimensi identifikasi nilai dalam proses pengambilan keputusan, bukan sekadar evaluasi pragmatis.

Faktor lain yang menonjol adalah persepsi terhadap kemampuan kandidat membawa perubahan positif. Pemilih muda menilai sejauh mana kandidat mampu menawarkan solusi terhadap persoalan mendesak serta memiliki kapasitas untuk mengimplementasikan agenda secara nyata. Harapan terhadap peningkatan kualitas hidup menjadi orientasi penting dalam pilihan politik mereka. Selain faktor kandidat, terdapat dimensi kewarganegaraan. Sebagian pemilih memandang memilih sebagai tanggung jawab sipil dan bentuk partisipasi dalam demokrasi. Ada kecenderungan bahwa penggunaan hak pilih dilakukan bukan semata-mata karena preferensi terhadap kandidat tertentu, tetapi sebagai ekspresi partisipasi politik. Data juga menunjukkan bahwa kebijakan dan rekam jejak menjadi daya tarik utama. Pemilih cenderung tertarik pada kandidat dengan latar belakang yang baik dan visi-misi yang jelas. Kemampuan komunikasi kandidat dalam menyampaikan gagasan turut memengaruhi keputusan, karena komunikasi efektif memperkuat pemahaman dan kedekatan emosional. Di sisi lain, beberapa tanggapan didasarkan pada persepsi personal atau perasaan terhadap kandidat. Ini menunjukkan bahwa dimensi afektif masih berperan dalam perilaku memilih. Selain itu, terdapat perhatian terhadap isu integritas proses pemilu, seperti pencegahan penyalahgunaan suara dan kesadaran menggunakan hak pilih secara bertanggung jawab. Data ini menggambarkan bahwa pemilih muda di Kota Banjarmasin menunjukkan kombinasi orientasi rasional (kompetensi dan kebijakan), normatif (integritas dan tanggung jawab kewarganegaraan), serta afektif (persepsi personal) dalam menentukan pilihan politiknya. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku memilih mereka bersifat multidimensional dan tidak semata-mata didorong oleh satu faktor tunggal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Mayoritas responden dalam pengisian data mengenai dinamika perilaku memilih dalam pemilihan umum presiden dan wakil presiden tahun 2024 bagi pemilih muda di kota Banjarmasin adalah responden muda berusia 19-20 tahun, yaitu sebesar 57,0% dari total tanggapan. Mayoritas responden mempunyai gelar sarjana (S1) sebesar 72,0% yang menunjukkan tingkat pendidikan sampel yang relatif tinggi. Afiliasi agama terbesar adalah Islam, dengan total sebanyak 81,3% responden. Sementara, kelompok etnis terbesar yang terwakili adalah Banjar, yang mencakup 43,0% responden. Wilayah domisili terbesar adalah Banjarmasin Timur dengan 38,3% responden berdomisili di sana. Data menunjukkan sampel yang beragam dalam hal usia, pendidikan, agama, etnis, dan domisili, sehingga memberikan gambaran komprehensif tentang populasi sasaran penelitian.

Faktor atau aspek-aspek yang mempengaruhi keputusan pemungutan suara bagi pemilih muda di kota Banjarmasin adalah Kualifikasi dan Pengalaman Kandidat; Visi dan Usulan Kebijakan Kandidat; Kejujuran, kepercayaan, dan komitmen untuk melayani kepentingan publik, termasuk Reputasi, perilaku masa lalu, dan kemampuan untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan; Keselarasan dengan Preferensi Ideologis Pemilih serta Kemampuan untuk membawa perubahan yang berarti dan bermanfaat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Lambung Mangkurat (ULM) atas dukungan pendanaan melalui Hibah Riset Program Dosen Wajib Mengabdikan (PDWM) Tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara News. 2024. Ketua KPU 57 % Pemilih di Kalsel Milenial. Selengkapnya di <https://kalsel.antaranews.com/berita/377601/ketua-kpu-57-persen-pemilih-di-kalsel-millenial> Diakses pada 19 April 2024.
- Bogard, C.J. & Renee, I.S. 2008. *Information They Can Trust: Increasing Youth Voter Turnout at the University*. PSOnline www.apsanet.org.
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., ... & Saputri, V. G. (2018). Profil generasi milenial Indonesia. *Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak*.
- CSIS. 2024. Pemilih Muda Dalam Pemilihan Umum 2024 Adaptif dan Responsif. Selengkapnya di <https://www.csis.or.id/publication/pemilih-muda-dalam-pemilihan-umum-2024-dinamis-adaptif-dan-responsif/> Diakses pada 19 April 2024.
- Data Book. 2024. KPU Pemilih Pemilu 2024 di Dominasi Kelompok Gen Z dan Milenial. Selengkapnya di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial>. Diakses pada 19 April 2024.
- Hannink & Hutter & Bailey. (2011). *Qualitative Research Methods*. Sage.
- Helmi, A. F., Rembulan, C. L., & Priwati, A. R. (2021). Riset-riset cyberpsychology. Zahir Publishing. Yogyakarta.
- Polii, E. Z. F., Pati, A. B., & Potabuga, J. 2020. Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Kaum Milenial Dalam Pemilihan Umum Di Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan Tahun 2019. *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 9(3).
- Sitorus, M. S., & Sitorus, S. H. (2023). Partisipasi Generasi Z dalam Menggunakan Hak Pilih pada Pemilihan Umum 2024 di SMK Taruna Pekanbaru. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 969-976.
- Tempo. Tetapkan DPT Pemilu 2024, KPU RI: 52 Persen Pemilih Muda. Selengkapnya di <https://pemilu.tempo.co/read/1743587/tetapkan-dpt-pemilu-2024-kpu-ri-52-persen-pemilih-muda> Diakses pada 19 April 2024.
- Yusrin, Y., & Salpina, S. (2023). Partisipasi generasi millennial dalam mengawasi tahapan pemilu 2024. *Journal on Education*, 5(3), 9646-9653.