

Preferensi Politik *Emak-Emak* dalam Pemilihan Presiden Indonesia 2024: Analisis Kuantitatif dengan Metode Kruskal-Wallis

Suwarji¹ ; Maulida Putri Rahmawati^{2*}

^{1,2}Universitas Selamat Sri, Kabupaten Kendal, Indonesia ; suwarjiwarji29@gmail.com;

maulidaputri2791@gmail.com

* Correspondence : maulidaputri2791@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi terkait kecenderungan emak-emak untuk memberikan suaranya pada salah satu capres yang berlaga di Pilpres 2024. Pertanyaan penelitian meliputi apakah kecenderungan emak-emak untuk memberikan suara pada ketiga calon presiden (Prabowo Subianto, Anies Baswedan, dan Ganjar Pranowo) di Pilpres 2024 sama atau berbeda. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi penelitian meliputi seluruh masyarakat yang bermukim di Kabupaten Pemalang, Kabupaten Pekalongan, dan Kabupaten Batang. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling. Sementara instrument yang digunakan dalam penelitian berupa kuesioner. Teknik analisis data menggunakan pengujian hipotesis melalui metode Kruskal-Wallis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kecenderungan emak-emak untuk memberikan suara pada ketiga calon presiden di Pilpres 2024 adalah sama. Emak-emak memiliki kecenderungan yang sama untuk memberikan suaranya pada ketiga capres yakni, Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Tidak ada kecenderungan suara emak-emak tertuju pada salah satu calon presiden di Pilpres 2024. Berdasarkan jawaban yang diberikan responden emak-emak terhadap model perilaku memilihnya, terbanyak 37% responden mendasarkan pada model pilihan rasional, disusul sebanyak 32% responden emak-emak mendasarkan perilaku memilihnya pada model psikologi dan sisanya sebanyak 31% responden emak-emak mendasarkan perilaku memilihnya pada model sosiologis.

Kata kunci : *Elektabilitas, Emak-Emak, Partispasi politik, Perilaku Pemilih.*

ABSTRACT

This study aims to provide a description regarding the tendency of mothers to vote for one of the presidential candidates competing in the 2024 Presidential Election. The research questions include whether the tendency of mothers to vote for the three presidential candidates (Prabowo Subianto, Anies Baswedan, and Ganjar Pranowo) in the 2024 Presidential Election the same or different. The approach in this study uses a type of quantitative research. The research population included all people living in Pemalang, Pekalongan, and Batang districts. The sampling technique used random sampling. While the instrument used in this research is a questionnaire. The data analysis technique uses hypothesis testing through the Kruskal-Wallis method. This study concludes that the tendency of mothers to vote for the three presidential candidates in the 2024 Presidential Election is the same. Mothers have the same tendency to vote for the three presidential candidates namely, Anies Baswedan, Prabowo Subianto, and Ganjar Pranowo. There is no tendency for mothers' votes to be focused on one of the presidential candidates in the 2024 Presidential Election. Based on the answers given by female respondents to the model of voting behavior, 37% of respondents based it on the rational choice model, followed by 32% of female respondents based on their behavior chose it on a psychological model and the remaining 31% of respondents based their choosing behavior on a sociological model.

Keywords: *Electability, Mothers, Political Participation, Voter Behavior.*

Pendahuluan

Pemilihan umum merupakan event bernegara yang rutin dilaksanakan setiap lima tahun sekali sebagai wujud nyata pelaksanaan kedaulatan rakyat sebagaimana tersirat dalam amanat konstitusi UUD 1945 bahwa kedaulatan tertinggi berada di tangan rakyat. Pemilihan umum di percaya sebagai salah satu proses peralihan kekuasaan secara damai di sebuah negara moderen yang menganut paham demokrasi. Pemilihan umum secara langsung telah menjadi bagian tidak terpisahkan dalam pembangunan demokrasi dan dalam mewujudkan pemerintahan yang layak (Asrizal, 2020). Demokrasi identik dengan pelaksanaan kekuasaan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat, dan juga diartikan sebagai rakyat berkuasa (Prayogo, 2022).

Ciri sebuah negara demokratis adalah seberapa besar negara melibatkan masyarakat dalam perencanaan maupun pelaksanaan pemilihan umum. Sebab partisipasi politik masyarakat (pemilih) merupakan aspek penting dalam sebuah tatanan negara demokrasi (Liando, 2016). Dalam setiap pelaksanaan pemilu di Indonesia, partisipasi pemilih menjadi isu yang menarik perhatian, karena berkaitan dengan antusiasme dan kepedulian warga negara dalam memberikan suara di Tempat Pemungutan Suara (TPS). Keterlibatan masyarakat dalam memberikan hak suaranya akan menentukan orang-orang yang akan menduduki jabatan politik. Bukan itu saja, partisipasi pemilih berkaitan erat dengan kepercayaan masyarakat terhadap sistem politik dan demokrasi serta penyelenggara pemilu (Anggraini, 2021).

Dalam studi perbandingan perilaku memilih terdapat dua komponen dasar yang saling berhubungan dan mendapatkan perhatian paling besar, yaitu partisipasi politik dan pilihan politik (Kepemimpinan et al., 2022). Partisipasi politik adalah tindakan pemilih untuk memilih calon atau partai-partai politik dan bentuk-bentuk tindakan politik lainnya seperti memilih dalam pemilihan umum di Tempat Pemungutan Suara (TPS), menghadiri kampanye, membantu partai, membantu calon, dan lain-lain (Arniti, 2020). Sedangkan pilihan politik adalah memilih calon atau partai politik yang bersaing dalam pemilihan umum (Kurniawati, 2017).

Partisipasi pemilih dalam politik merupakan keterlibatan aktif dalam proses pemerintahan yang berdampak pada kehidupan (Zulkarnaen et al., 2020). Partisipasi pemilih menjadi bagian penting dalam penyelenggaraan Pemilihan, artinya semakin baik partisipasi pemilih maka semakin baik legitimasi proses dan hasil penyelenggaraan sebuah Pemilihan (Dwi Lala Maharani, 2024).

Menurut Jack C. Plano perilaku dapat dipahami sebagai pikiran atau tindakan manusia yang berkaitan dengan proses pemerintahan. Dalam hal ini yang termasuk perilaku politik adalah tanggapan-tanggapan internal (pikiran, persepsi, sikap, dan keyakinan) dan juga tindakan-tindakan yang Nampak (pemungutan suara, gerak protes, lobi, kaukus dan kampanye). Jadi perilaku tidak hanya diartikan sebagai pemikiran ataupun tanggapan yang bersifat abstrak, tapi juga sebagai tindakan-tindakan dari pelaku politik tertentu (Rahmat & Esther, 2016).

Pada Pemilu 2019 terjadi peningkatan jumlah kalangan menengah produktif, generasi muda sebagai pemilih pemula (first time voters) serta pemilih perempuan sehingga cukup banyak partai politik kemudian mengarahkan target pemilihnya ketiga segmen tersebut. Jumlah cukup besar pada masing-masing segmen pemilih menjadi target khusus untuk partai politik dapat mendulang perolehan suara mereka. Menurut Dian Kartikasari, Sekretaris

Jenderal Koalisi Perempuan Indonesia (Hariyanto, 2019), Pemilu 2019 merupakan Pemilu terbesar di dunia dengan jumlah pemilih dalam negeri mencapai 190 juta lebih dan pemilih di luar negeri lebih dari 2 juta, dan 51 % di antaranya adalah perempuan dari jumlah lebih 813 ribu TPS. Merujuk data pemilih di pilpres 2019 diantaranya 51 % adalah pemilih perempuan, sehingga menarik untuk melakukan studi tentang pemaknaan partisipasi politik perempuan di kalangan ibu-ibu.

Perempuan yang menempati separoh lebih jumlah pemilih pada pelaksanaan Pemilu 2019 merupakan salah satu target suara besar yang akan disasar oleh para capres yang akan berlaga pada pemilihan presiden tahun 2024. Para capres akan berlomba mendekati pemilih perempuan sejak awal pencalonannya (Amalia, 2019). Istilah emak-emak bukan hal baru, jauh sebelum hiruk pikuk Pilpres 2019 istilah *the power of emak-emak* sudah sering muncul di media sosial. Pada awalnya, istilah *the power of emak-emak* ini lebih sering digunakan untuk menggambarkan emak-emak (perempuan) yang dapat melakukan cara tidak terduga yang menyebabkan orang lain merasa kesal dengan tindakannya tersebut (Asri, 2019b).

Secara makna, tidak ada perbedaan signifikan antara emak dan ibu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), emak/mak merupakan sebutan yang ditujukan kepada perempuan yang patut disebut ibu atau dianggap sepadan dengan ibu (KBBI, 2019). Bedanya, emak merupakan bahasa daerah untuk memanggil ibu atau orang tua sedangkan ibu, secara diksi, lebih formal dari emak (Redaksi, 2018). Meskipun istilah emak dan ibu bangsa dinilai sama-sama menggambarkan sosok ibu, tetapi ada sebagian pihak yang menganggap penyebutan emak-emak mengandung makna peyoratif. Tetapi, istilah emak-emak justru menjadi lebih berdaya ketika ditambahkan kata *the power of*. Idiom *the power of emak-emak* bermakna emak-emak yang tadinya dianggap tidak bisa apa-apa ternyata berdaya (Asri, 2019b).

Pada penelitian terdahulu yang keterkaitannya dengan pemilu 2024, perilaku emak-emak berbeda dengan perilaku gen z. Generasi Z, dengan akses informasi yang lebih cepat dan luas melalui media sosial serta pendidikan yang mereka terima, menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang politik dan proses pemilu. Keterlibatan mereka dalam organisasi seperti Gerakan Pramuka membantu meningkatkan kesadaran politik dan kemampuan analisis mereka (Ningsih et al., 2024). Selain itu, sebaiknya anak remaja dan mahasiswa harus diikuti sertakan dalam partisipasi pemilihan umum, agar anak remaja zaman sekarang mengerti dan memahami apa itu pemilu dan manfaatnya serta dampak dari tidak ikut melakukan pemilu, serta mereka juga dapat mengawal kegiatan pemilu, baik dari pendataan, pemilihan dan hasil pemungutan suara (Yusrin & Salpina, 2023). Melihat penelitian-penelitian sebelumnya, banyak fokus pembahasan terkait perilaku politik terhadap generasi Z dan milenial namun kita lupa bahwa perilaku emak-emak pun juga tidak kalah penting pengaruhnya terhadap pemilihan politik. Itulah alasan mengapa kami tertarik berfokus pada perilaku emak-emak.

Pendaftaran calon presiden dan wakil presiden Pemilihan umum 2024-2029 dibuka 19 Oktober 2023. Namun demikian, terdapat tiga tokoh nasional yang digadang-gadang menjadi capres dengan elektabilitas teratas di sejumlah survei. Mereka adalah Gubernur Jawa Tengah yang juga kader Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Ganjar Pranowo, Menteri Pertahanan yang juga Ketua Umum Partai Gerakan Indonesia Raya Prabowo Subianto, dan mantan Gubernur DKI Jakarta yang juga pendiri Organisasi Massa Nasional Demokrat Anies Baswedan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi terkait kecenderungan emak-emak untuk memberikan suaranya pada salah satu capres yang berlaga di Pilpres 2024. Pertanyaan penelitian meliputi apakah kecenderungan emak-emak untuk memberikan suara pada ketiga calon presiden (Prabowo Subianto, Anies Baswedan, dan Ganjar Pranowo) di Pilpres 2024 sama atau berbeda.

Metode

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi penelitian meliputi seluruh masyarakat yang bermukim di Kabupaten Pemalang, Kabupaten Pekalongan, dan Kabupaten Batang. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling. Sementara instrument yang digunakan dalam penelitian berupa kuesioner. Teknik analisis data menggunakan pengujian hipotesis melalui metode Kruskal-Wallis.

Pada prinsipnya metode Kruskal-Wallis seluruh sampel pengamatan digabungkan. Kemudian, kepada setiap sampel jenjang diberikan. Jenjang diberikan secara urut dari nilai yang paling kecil hingga nilai terbesar. Jika pengujian hipotesis dilakukan melalui metode ini, secara umum hipotesis nihil menyatakan bahwa nilai rata-rata sejumlah populasi asal sampel adalah sama. Sedangkan hipotesis alternatifnya menyatakan bahwa nilai rata-rata sejumlah populasi asal sampel berbeda atau paling tidak ada salah satu di antaranya yang berbeda. Karena metode pengujian hipotesis ini menyertakan suatu nilai yang ditandai dengan huruf H untuk merumuskan kriteria pengujian kesimpulan serta kesimpulan akhir, ia dinamakan pula pengujian H (H test).

Hasil dan Pembahasan

Gaung gerakan sosial (social movement) dengan jargon khas The Power of Emak-Emak ini setidaknya dipicu pada dua hal. Pertama, pernyataan cawapres Sandiaga Salahudin Uno pada tanggal 10 Agustus 2018 disampaikan saat orasinya se usai pendaftaran pilpres di gedung KPU untuk pilpres tahun 2019, Jalan Imam Bonjol, Jakarta Pusat, bahwa dirinya siap memperjuangkan partai emak-emak yang tak masuk ke parpol pendukung (Erwanti, Ul Haq, & Andayani, 2018). Kedua, gerakan sosial The Power of Emak-Emak merupakan aspirasi para ibu-ibu dengan kondisi ekonomi Indonesia belakangan yang mendapat sambutan dan perhatian dari cawapres Sandiaga Uno pada perhelatan Pilpres tahun 2019 (Asri, 2019a).

Kemudian bermunculan beberapa kelompok gerakan yang mirip, antara lain: Barisan Emak-emak Militan Indonesia (BEMI), Persatuan Emak-Emak Prabowo-Sandi (Permakbodi), Paguyuban Emak Rempong Untuk Prabowo-Sandi (Pamerbodi), dan maPemilih wanita khususnya Emak-Emak menjadi diskursus penting di tahun politik 2019 ini. Sandiaga Uno cawapres nomor urut 02 yang memviralkan diksi Emak-Emak setelah pendaftaran di KPU berhasil menarik perhatian eksistensi Emak-Emak sebagai konstituen pemilih dalam Pilpres 2019 yang kemudian menjadi rebutan banyak pihak. Ada sekitar setengah dari total 197 juta pemilih sementara (DPS) untuk Pemilu 2019 adalah perempuan dan tidak akan jauh berbeda dalam jumlah secara kuantitati untuk Pemilu 2024.. Tak heran, jika para politisi mulai menggaungkan isu yang berhubungan dengan perempuan karena ini telah menjadi target pemilih untuk semua kandidat yang akan berlaga di Pilpres 2024.

Salah satu target pemilih besar yang disasar oleh paslon adalah perempuan. Pengalaman Amerika Latin menunjukkan bahwa elit politik cenderung mempercayai bahwa pendekatan berdasarkan identitas gender menghasilkan kepercayaan dan pada akhirnya

pemilih perempuan memberikan suaranya Upaya mobilisasi strategis pemilih perempuan berdasarkan identitas gender melibatkan tiga taktik khusus, pertama, melakukan pertemuan dengan kelompok-kelompok perempuan. Kedua, membangkitkan identitas gender perempuan. Ketiga, menjanjikan perubahan pro-perempuan. Upaya membangkitkan identitas gender perempuan dapat dilakukan dengan cara membangkitkan identitas mereka sebagai (calon) ibu atau korban seksisme. Sementara itu, dalam hal menjanjikan perubahan pro-perempuan, setelah menetapkan identitas gender, kemudian kandidat ataupun tim suksesnya memanfaatkan gagasan tentang nasib yang terkait yaitu gagasan bahwa nasib seseorang tergantung dalam banyak hal pada nasib kelompok mereka.

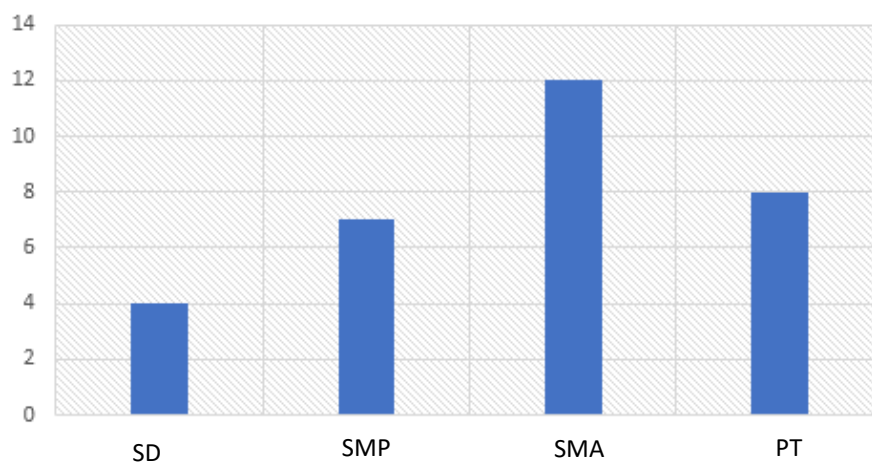
Perempuan sebagai target pemilih besar akan menjadi sasaran berarti untuk ketiga calon presiden yang saat ini sudah jelas akan berlaga di pilihan presiden tahun 2024. Ketiga capres tersebut sudah dideklarasikan oleh partai atau gabungan partai masing-masing. Ketua Umum PDIP Megawati Soekarnoputri mengumumkan Ganjar Pranowo sebagai bakal calon presiden dari PDIP dalam agenda Rapat ke-140 DPP PDIP Jumat 21 April 2023 di Istana Batutulis Bogor Jawa Barat. Setelah PDIP, PPP secara resmi memutuskan mendukung Ganjar sebagai bacapres yang akan diusung dalam Pilpres 2024-2029. Keputusan itu disampaikan Pelaksana Tugas Ketua Umum PPP Muhammad Mardiono di Sleman, Daerah istimewa Yogyakarta hari Rabu 26 April 2023. Penetapan pilihan dukungan PPP kepada bakal calon presiden Ganjar Pranowo didasarkan atas beberapa alasan dan pertimbangan, salah satunya adalah dukungan politik kepada Ganjar merupakan upaya untuk melanjutkan estafet kepemimpinan 2024-2029.

Sementara Anies Baswedan dideklarasikan oleh Partai NasDem pada Senin 3 Oktober 2022 di Ballroom NasDem Tower Jakarta Pusat. Dalam perjalanan, Partai Demokrat dan PKS turut mendukung Anies. Mereka pun telah resmi mendeklarasikan koalisinya untuk mengusung Anies sebagai capres di Pilpres 2024. Koalisi tersebut kini diberi nama Koalisi Perubahan untuk Persatuan atau KPP. Sedangkan Ketua Umum Partai Gerindra Prabowo Subianto menyatakan bakal maju sebagai capres di Pilpres 2024. Hal ini dia ungkapkan setelah mendengar permintaan 34 dewan pimpinan daerah (DPD) yang bulat meminta Prabowo maju sebagai capres. Prabowo mendeklarasikan sebagai capres dalam rapat pimpinan nasional partai Gerindra di Sentul International Convention Center, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat Jumat 12 Agustus 2022.

Survei yang dilakukan dalam penelitian ini ditujukan untuk mengetahui kecenderungan emak-emak untuk memberikan suara pada ketiga calon presiden di Pilpres 2024. Pada penelitian ini survei difokuskan pada 31 orang responden yang merupakan pemilih capres Prabowo Subianto, capres Anies Baswedan, dan capres Ganjar Pranowo. Ketiga capres inilah yang banyak memiliki basis suara di Kabupaten Pemalang, Kabupaten Pekalongan, dan Kabupaten Batang. Berikut deskripsi responden yang dilibatkan dalam penelitian ini.

Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan yang terlibat dalam penelitian ini terdiri dari 13% (4 orang) responden memiliki latar belakang pendidikan Sekolah Dasar, 23% (7 orang) responden berlatar belakang pendidikan Sekolah Menengah Pertama, 39% (12 orang) responden memiliki latar belakang Sekolah Menengah Atas, dan sisanya 25% (8 orang) responden memiliki latar belakang Perguruan Tinggi.

Gambar 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan



Sumber : Data responden berdasarkan tingkat pendidikan

Atas dasar survei yang dilaksanakan selama dua bulan (April – Mei 2023) terhadap beberapa orang responden yang dijadikan sampel, diperoleh data tentang penilaian responden tentang ketiga capres (Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo) seperti yang tercantum dalam tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Survei Terhadap Tiga Capres di Tiga Kabupaten

Anies Baswedan		Prabowo Subianto		Ganjar Pranowo	
Nomor	Penilaian Responden Assessment	Nomor	Penilaian Responden	Nomor	Penilaian Responden
1	9	1	6	1	7
2	6	2	9	2	6
3	9	3	7	3	8
4	8	4	7	4	4
5	4	5	8	5	5
6	9	6	9	6	10
7	7	7	5	7	8
8	4	8	10	8	9
9	9	9	9	9	8
10	10	10	9	10	9
				11	8

Sumber : Hasil Survei Data oleh Peneliti

Jika dikaitkan dengan konteks kasus ini, hipotesis nihil yang dirumuskan menyatakan bahwa kecenderungan emak-emak untuk memberikan suara pada ketiga calon presiden di Pilpres 2024 sama. Adapun hipotesis alternatifnya menyatakan bahwa kecenderungan emak-

emak untuk memberikan suara pada ketiga calon presiden di Pilpres 2024 berbeda. Dirumuskan secara simbolis, kedua hipotesis pada kasus ini sebagai berikut:

$$H_0 : \mu_{\text{Penilaian Responden untuk Capres Anies Baswedan}} = \mu_{\text{Penilaian Responden untuk Capres Prabowo Subianto}} = \mu_{\text{Penilaian Responden untuk Capres Ganjar Pranowo}}$$

$$H_1 : \mu_{\text{Penilaian Responden untuk Capres Anies Baswedan}} \neq \mu_{\text{Penilaian Responden untuk Capres Prabowo Subianto}} \neq \mu_{\text{Penilaian Responden untuk Ganjar Pranowo}}$$

Jumlah kelompok sampel para responden yang dijadikan responden adalah 3. Sehingga, derajat kebebasan yang diberlakukan adalah 2. Adapun taraf signifikansi misalnya saja ditetapkan sebesar 2,50% dan derajat kebebasan sebesar 2 adalah 7,378. Nilai khai-kuadrat dalam tabel sebesar 7,378 tersebut selanjutnya dijadikan dasar perumusan kriteria pengujian serta kesimpulan akhir.

Nilai khai-kuadrat dalam tabel telah diketahui, yaitu 7,378. Dengan demikian, kriteria pengujian hipotesis yang diberlakukan pada ilustrasi kasus ini adalah bahwa hipotesis nihil diterima apabila

$$H \leq 7,378$$

Sedangkan hipotesis nihil ditolak jika

$$H < 7,378$$

Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, apabila prosedur pengujian hipotesis telah sampai pada tahapan ini, jumlah jenjang harus dihitung terlebih dahulu melalui beberapa langkah. Perhitungan jumlah jenjang ditampilkan pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Jenjang Penilaian Responden untuk Ketiga Capres (Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo)

Urutan	1	2	3	4	5	6	7	8
Nilai	4	4	4	5	5	6	6	6
Jenjang	2	2	2	4,5	4,5	7	7	7

Urutan	9	10	11	12	13	14	15	16
Nilai	7	7	7	7	8	8	8	8
Jenjang	10,5	10,5	10,5	10,5	15,5	15,5	15,5	15,5

Urutan	17	18	19	20	21	22	23	24
Nilai	8	8	9	9	9	9	9	9
Jenjang	15,5	15,5	23,5	23,5	23,5	23,5	23,5	23,5

Urutan	25	26	27	28	29	30	31
Nilai	9	9	9	9	10	10	10
Jenjang	23,5	23,5	23,5	23,5	30	30	30

Tabel 5. Perhitungan Jumlah Jenjang Penilaian Responden untuk Ketiga Capres (Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo)

Anies Baswedan			Prabowo Subianto			Ganjar Pranowo		
No.	Penilaian Responden	Jenjang	No.	Penilaian Responden	Jenjang	No.	Penilaian Responden	Jenjang
1	9	23.5	1	6	7	1	7	10.5
2	6	7	2	9	23.5	2	6	7
3	9	23.5	3	7	10.5	3	8	15.5
4	8	15.5	4	7	10.5	4	4	2
5	4	2	5	8	15.5	5	5	4.5
6	9	23.5	6	9	23.5	6	10	30
7	7	10.5	7	5	4.5	7	8	15.5
8	4	2	8	10	30	8	9	23.5
9	9	23.5	9	9	23.5	9	8	15.5
10	10	30	10	9	23.5	10	9	23.5
						11	8	15.5
	R1	161		R2	172		R3	163

Setelah itu, nilai khai-kuadrat dihitung dengan rumus. Nilai khai-kuadratnya adalah

After that, the khai-squared value is calculated using the formula. The khai-squared value is

$$\frac{12}{31 \times 32} \times \left(\frac{161^2}{10} + \frac{172^2}{10} + \frac{163^2}{11} \right) - (3 \times 32)$$

$$= 0,012097 \times (2592,1 + 2958,4 + 2415,364) - 96$$

$$= 0,36125$$

Kesimpulan akhir dapat dirumuskan dengan membandingkan nilai H dengan nilai khai-kuadrat dalam tabel selanjutnya disesuaikan dengan kriteria pengujian yang berlaku. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, nilai H adalah 0,36125. Nilai itu jelas lebih kecil daripada nilai khai-kuadrat dalam tabel sebesar 7,378. Sesuai dengan kriteria pengujian yang diberlakukan, hipotesis nihil yang menyatakan bahwa kecenderungan emak-emak untuk memberikan suara pada ketiga calon presiden di Pilpres 2024 sama bisa diterima. Sementara hipotesis alternatif menyatakan bahwa kecenderungan emak-emak untuk memberikan suara pada ketiga calon presiden di Pilpres 2024 berbeda ditolak.

Sikap pemaknaan ibu-ibu berkaitan dengan partisipasi politik perempuan saat ini terlihat lebih beragam, meskipun secara umum mereka sepakati bahwa partisipasi politik perempuan diperlukan dalam berperan serta dalam kehidupan berbangsa. Responden merasakan pentingnya partisipasi perempuan dalam politik dan menyadari bahwa peran tersebut berdampak pada kehidupan pribadi dan keluarga mereka (pemaknaan dominan).

Dalam pemaknaan ibu-ibu berkaitan dengan partisipasi politik perempuan terlihat lebih beragam, meskipun secara umum mereka sepakat bahwa partisipasi politik perempuan diperlukan dalam berperan serta dalam kehidupan berbangsa, namun dirasakan belum maksimal. Masih sedikit jumlah perempuan di parlemen dan suara aspirasi mereka sering diabaikan. Maka pemaknaannya cenderung negosiasi, dalam hal ini menerima yang dominan

bersifat umum, namun akan melakukan beberapa pengecualian dan penerapannya yang disesuaikan (Asri, 2019).

Pemilih perempuan memiliki peran strategis dalam Pilpres 2024. Jumlah pemilih perempuan yang tercatat di Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2024 mencapai separoh lebih dari total pemilih atau lebih banyak dibandingkan dengan pemilih laki-laki. Selain memiliki jumlah yang sangat besar, pemilih perempuan juga sangat potensial menjadi pendulang suara (vote getter) bagi pasangan capres dan cawapres. Pemilih perempuan dianggap dapat mempengaruhi anggota keluarganya untuk memilih calon tertentu. Peran strategis ini nampaknya belum disadari oleh banyak pemilih perempuan. Oleh sebab itu, peran perempuan dalam Pemilu 2024, selain sebagai pendulang suara, hanya dijadikan obyek kampanye capres-cawapres beserta tim suksesnya. Perempuan belum banyak terlibat aktif merumuskan strategi pemenangan capres-cawapres yang ada (Yunita, 2018).

Partisipasi perempuan dalam pemilu telah diakui sejak Indonesia merdeka. Selain jumlah pemilih perempuan yang menempati lebih separoh jumlah pemilih, jamak dipercaya bahwa perempuan lebih efektif daripada laki-laki dalam memobilisasi pemilih perempuan. Oleh sebab itu, capres-cawapres pun menargetkan perempuan untuk memilih dirinya sekaligus memobilisasi pemilih perempuan lain. Calon perempuan dipercaya lebih mudah memengaruhi pemilih perempuan atas dasar kesamaan identitas (Bangun, 2022). Persoalannya, dalam kontestasi Pilpres 2019 ini pasangan calon presiden dan wakil presiden yang berlaga keduanya laki-laki. Ketika tidak ada calon perempuan, maka pendekatan kepada pemilih perempuan didelegasikan kepada female surrogates (perempuan pengganti). Perempuan pengganti ini yang bertugas memobilisasi pemilih perempuan.

Peran perempuan pengganti ini biasanya diambil oleh pasangan kandidat (istri). Selain pasangan, perempuan pengganti juga bisa direkrut dari perempuan anggota partai yang dinilai menonjol. Perempuan pengganti ini bertanggungjawab untuk menyampaikan isu perempuan sekaligus menangkis tuduhan seksisme (Reyes-Housholder, 2018). Selain tiga taktik pendekatan terhadap pemilih perempuan berdasarkan identitas bersama, sebagaimana disebutkan sebelumnya, keterlibatan politik juga melibatkan tiga motivasi. Tiga perasaan dalam keterlibatan politik adalah antusiasme, kemarahan dan kegelisahan. Perasaan antusias, terutama terhadap calon yang disukai, dapat melahirkan energi bagi seseorang untuk terlibat dalam aksi politik. Pemilih yang antusias akan tergerak untuk terlibat dalam aktivitas kampanye dan, lebih jauh, berkeinginan untuk memberikan suaranya pada calon yang bersangkutan. Pemilih yang masuk dalam kelompok ini adalah loyalis partai dan pemilih yang telah memiliki preferensi terhadap calon yang sama. Oleh sebab itu, antusiasme memotivasi pemilih dalam kelompok ini untuk mencari informasi yang terkonfirmasi sekaligus menghindari informasi yang bertentangan dengan preferensinya (Cho, 2013).

Selain antusiasme, kegelisahan politik juga mendorong seseorang untuk turut hadir dalam kampanye dan peduli siapa calon presiden yang akan menang. Kegelisahan politik muncul ketika seseorang merasa gelisah dalam menghadapi rangsangan politik. Perasaan cemas ini muncul berkaitan dengan kandidat yang disukainya, bukan kandidat lawan. Berbeda dengan perasaan antusias, individu yang mengalami keresahan politik menjadi lebih waspada memantau lingkungan sekitar dan berusaha memperoleh informasi yang relevan di luar yang telah mereka pelajari dari rangsangan politik yang ada. Pada saat yang bersamaan mereka melonggarkan cengkeraman keyakinan dan kebiasaan politik sebelumnya.

Selain itu, efek mobilisasi kecemasan juga berbeda dari mereka yang antusias. Kecemasan memunculkan motivasi untuk mengkonfirmasi akurasi informasi tentang calon yang ada. Kelompok ini memberikan perhatian lebih untuk konten baru. Mereka menggunakan media berita untuk memperoleh informasi lebih mengenai kampanye. Kelompok ini cenderung untuk terlibat dalam percakapan politik, terutama percakapan yang melibatkan pandangan dan perspektif yang berbeda. Dengan kata lain, perasaan cemas terhadap calon yang disukai melahirkan relasi positif pada frekuensi percakapan politik yang heterogen (Cho, 2013).

Berbeda dengan cemas, perasaan marah menghasilkan toleransi politik yang rendah. Hal ini terjadi sebab marah melibatkan lebih banyak aksi tapi sedikit berpikir. Kemarahan tidak diarahkan untuk mencapai pemahaman yang akurat terhadap rangsangan. Sebaliknya, kemarahan condong ke pendapat dan stereotip sebelumnya. Artinya, pemilih yang merasa marah dengan kandidat lawan cenderung mencari percakapan politik dengan orang lain yang berpikiran sama (Cho, 2013).

Dalam era demokratisasi sekarang ini, hubungan antara kandidat dengan pemilih adalah hubungan yang tidak stabil, karena semakin kritisnya masyarakat dan semakin lunturnya ikatan tradisional maupun primordial. Padahal, kandidat tak akan bisa memenangkan persaingan politik tanpa mendapatkan dukungan pemilih (Syafhendry, 2016).

Hasil pengujian hipotesis diatas menyatakan bahwa kecenderungan emak-emak untuk memberikan suara pada ketiga calon presiden di Pilpres 2024 adalah sama. Emak-emak memiliki kecenderungan yang sama untuk memberikan suaranya pada ketiga capres yakni, Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Tidak ada kecenderungan suara emak-emak tertuju pada salah satu calon presiden di Pilpres 2024.

Hasil pengujian ini hampir bersesuaian dengan hasil elektabilitas ketiga capres yang dirilis oleh beberapa Lembaga survei terkemuka, dimana hasilnya tidak jauh berbeda untuk ketiga capres yakni, Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Responden yang diikutsertakan secara acak, dimana banyak melibatkan juga responden emak-emak memberikan jawaban pilihan yang tersebar terhadap ketiga capres tersebut. Dan jawaban yang diberikan terhadap salah satu calon tidak ada yang memperoleh elektabilitas mutlak secara kuantitas. Berikut rilis beberapa Lembaga survei yang terkemuka terkait elektabilitas ketiga calon presiden yang akan berlaga di Pilpres 2024.

Litbang Kompas merilis hasil survei soal elektabilitas calon presiden pada Pilpres 2024 pada Rabu 24 Mei 2023. Hasilnya, elektabilitas Prabowo berada di urutan teratas dengan angka 24,5 persen. Disusul Ganjar yang berada di urutan kedua dengan angka 22,8 persen. Sementara, bakal Calon Presiden Koalisi Perubahan Anies Baswedan di urutan ketiga dengan elektabilitas 13,6 persen. Litbang Kompas menggelar wawancara tatap muka pada 29 April-10 Mei 2023. Survei ini memiliki responden sebanyak 1200 dipilih secara acak menggunakan metode pencuplikan sistematis bertingkat di 38 provinsi. Sementara berdasarkan survei Lingkaran Survei Indonesia (LSI) Denny JA periode 3-14 Mei 2023, Anies Baswedan berada di urutan ketiga. Anies mendulang elektabilitas 20,8 persen, tertinggal dari dua capres lainnya, yakni Prabowo di urutan pertama dengan elektabilitas 33,9 persen, dan Ganjar Pranowo di urutan kedua dengan angka 31,9 persen. Survei LSI Denny JA dilakukan melalui tata muka dengan menggunakan kuesioner kepada 1200 responden dari seluruh Indonesia. Selain menerapkan metode kuantitatif, LSI Denny JA di dalam surveinya juga memperkaya

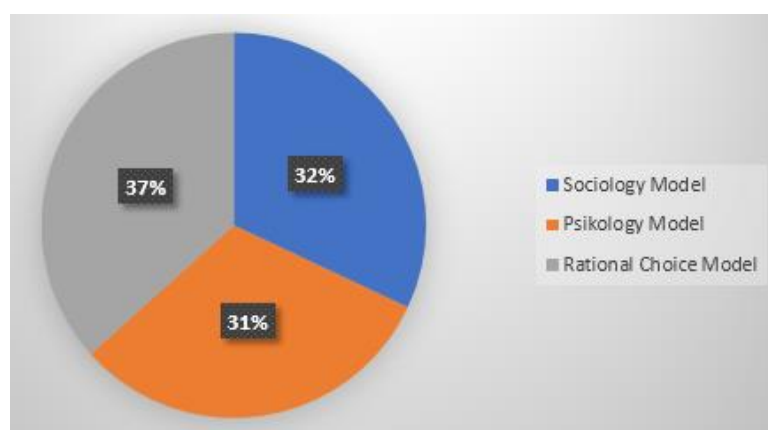
informasi dan analisis dengan menerapkan metode kualitatif, seperti analisis media, wawancara mendalam, dan diskusi kelompok terpinpin.

Lembaga Survei Indonesia (LSI) merilis hasil survei elektabilitas pada Rabu 3 Mei 2023. Hasilnya, calon presiden Prabowo Subianto mempunyai elektabilitas tertinggi dengan angka 18,3 persen. Sementara itu, Ganjar Pranowo memiliki elektabilitas 16,2 persen. Dan pada urutan ketiga calon presiden Anies Baswedan dengan elektabilitas 13,1 persen. LSI menggelar survei wawancara tatap muka pada 12-17 April 2023. Populasi survei dipilih dengan menggunakan metode multistage random sampling sebanyak 1220 responden. Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) merilis survei elektabilitas calon presiden yang akan bertarung di Pilpres 2024 Sabtu 15 April 2023. Hasilnya, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo tampil di urutan teratas dengan persentase 16,5 persen. Unggul sangat dekat dengan perolehan suara Prabowo Subianto, yakni 16,3 persen. Sementara, calon presiden yang diusung Nasdem, PKS, dan Demokrat Anies Baswedan berada di urutan ketiga dengan 9,8 persen. Populasi survei ini adalah warga negara Indonesia yang berusia 17 tahun ke atas atau sudah menikah dan memiliki telepon/cellphone, sekitar 79% dari total populasi nasional. Pemilihan sampel dilakukan melalui metode random digit dialing (RDD).

PolMark Indonesia merilis hasil survei calon presiden pada Pilpres 2024, di Jakarta pada Jumat 31 Maret 2023. Hasilnya, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo berada di urutan teratas dengan elektabilitas mencapai 22,8 persen. Elektabilitas Ganjar, diikuti Prabowo Subianto dan Anies Baswedan di urutan kedua dan ketiga. Prabowo meraih elektabilitas 17,4 persen dan Anies 13,9 persen. Survei yang dilakukan oleh PolMark Indonesia ini diadakan sejak 23 Januari 2023 hingga 19 Maret 2023. Survei ini dilakukan di 78 Dapil meliputi 62.480 responden.

Sementara gambaran terhadap perilaku emak-emak dalam memilih digambarkan dalam gambar 2

Gambar 2. Model Perilaku Memilih Responden



Sumber : Diagram jawaban responden terhadap model perilaku

Berdasarkan jawaban yang diberikan responden terhadap model perilaku memilih responden emak emak, terbanyak 37% responden mendasarkan pada model pilihan rasional. Pendekatan rasional muncul dan berkembang sesudah pertentangan antara pendekatan-pendekatan yang dibicarakan di atas mencapai semacam konsensus yang menunjukkan adanya pluralitas dalam bermacam-macam pandangan (Haryanto, 2016). Pada model ini

responden lebih mengkedepannya sifat rasionalnya. Yang menurut responden dapat membantu dan mendukung pada perekonomiannya. Mengutamakan keuntungan yang di dapatkan ketika responden memilih calon pemimpin. Ikut partisipasi dikarenakan adanya sogokan. Maka dari itu, responden emak-emak telah terbiasa dengan hal yang menjanjikan di awal. Suara yang dibeli berlandaskan pada perekonomian dimana dapat menguntungkan baginya.

Model pilihan rasional menitikberatkan pada pemanfaatan rasionalitas atau logika untuk memilih pilihan yang tersedia. Setiap pilihan akan diuji dan diukur menggunakan rasionalitas untuk memilih pilihan yang paling efektif dan efisien terhadap pencapaian tujuan. Dengan kata lain setiap pilihan akan dihitung untung dan ruginya bagi pembuat keputusan. Oleh karena itu analisa biaya dan manfaat (*cost-benefit analysis*) selalu menjadi alat utamanya untuk mencapai keputusan yang efektif dan efisien. Sedangkan terkait dengan orientasinya, Nursal (2004) mengidentifikasi bahwa terdapat dua orientasi pemilih, yaitu orientasi isu dan orientasi kandidat. Orientasi isu lebih memfokuskan pada ide, gagasan, program, maupun tema yang diusung dalam rangka menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat. Sedangkan orientasi kandidat berfokus pada ketokohan yang merujuk pada pribadi dan karakter kandidat. Apapun ide yang diusung tidak akan mempengaruhi pilihan responden (Ola Riantoby, 2021).

Model perilaku selanjutnya yang digunakan responden adalah model psikologi, sebanyak 32% responden emak-emak mendasarkan perilaku memilihnya pada model ini. Pada model psikologis adalah perpaduan dengan aktivitas responden dan juga tingkah laku yang dipengaruhi adanya seseorang. Pada ilmu psikologis itu sendiri menjelaskan tentang sifat, dan juga fikiran manusia. Pada model ini, psikologis dan politik menjadi bersatu dengan melibatkan masyarakat dan juga sikap yang ada pada psikologi. Dalam psikologi, kedekatan yang terjadi dengan emosional terhadap tokoh ataupun partai saling berkaitan dan dapat menjadi penilaian dari setiap individu. Dan dapat berpengaruh menguntungkan atau tidaknya dalam mengikutsertakan seseorang dapat dilihat dengan kebijakan, isu yang beredar, dan juga opini pada pribadi masing – masing (Miaz, 2012).

Model psikologis tidak beranggapan bahwa lingkungan sosial mempengaruhi pilihan individu dalam pengambilan keputusan. Model yang masuk dalam Mazhab Michigan ini mengungkapkan bahwa faktor sosiologis tidak akan fungsional mempengaruhi keputusan pemilih jika sejak awal belum terbentuk persepsi dan sikap pribadi pemilih terhadap faktor-faktor sosial, maupun faktor sosial yang dilekatkan pada partai atau calon tertentu. Oleh karena itu pada hakekatnya setiap individu sudah mengidentifikasi dirinya termasuk dalam satu golongan tertentu. Sehingga setiap individu sudah melakukan segmentasi pada kelompok tertentu dan melakukan pembatasan diri terhadap kelompok lainnya. Lebih lanjut, setiap individu pemilih juga memiliki anggapan bahwa partai atau figure tertentu identik dengan kelompok atau segmentasi sosial mereka. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diidentifikasi bahwa pendekatan psikologis berpusat pada tiga fokus perhatian, yaitu: a) Persepsi dan penilaian pribadi terhadap kandidat, b) Persepsi dan penilaian pribadi terhadap tema-tema yang diangkat, dan c) Identifikasi partai atau partnership (Kaesmetan, 2019).

Pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa model psikologis melihat perilaku pemilih merupakan produk dari proses sosialisasi yang melahirkan ikatan emosional. Hal ini kurang mengarahkan pengambilan keputusan pemilih dalam suatu pemilihan. Berdasarkan

penjelasan sebelumnya dapat dipahami bahwa besarnya pengaruh model ini dapat diukur dari dua indikator, yaitu ketokohan dan identifikasi partai. Indikator ketokohan dapat dilihat dari perilaku pemilih yang melandaskan diri pada identitas atau ketokohan calon dan tokoh yang dihormati oleh pemilih. Sedangkan identitas partai dapat dilihat dari kesamaan persepsi pemilih dengan anggota keluarganya. Selain itu juga dapat dilihat dari kesamaan antara partai yang dikagumi dengan partai yang dipilih.

Sedangkan sisanya sebanyak 31% responden emak-emak mendasarkan perilaku memilihnya pada model sosiologis. Pada model sosiologis, dominan dengan adanya kelas sosial, agama, kedaerahan atau bahasa, dan juga kelompok etnik. Responden yang sosiologis berkeyakinan memilih calon pejabat public ataupun partai sebab mempunyai kesamaan antara karakteristik sosiologis pemilih dengan karakteristik sosiologis partai ataupun calon (Febriani, 2018). Yang melatar belakangi pada model ini adalah membuat orang ikut memilih dikarekan kelas sosial, agama, ras, dan yang lain sebagainya sehingga pilihan responden ini berjalan dengan adanya hubungan yang terdapat pada calon ataupun histori dari yang lainnya.

Model ini memusatkan perhatian pada pengaruh kelompok atau sekumpulan individu terhadap perilaku individu. Asumsi dasar dari pendekatan ini adalah bahwa setiap individu selalu memiliki lingkungan sosialnya (seperti keluarga, tempat kerja, tempat tinggal, dan sebagainya) dan selalu terkait dalam lingkungan sosialnya tersebut. Untuk mampu bertahan dalam lingkungan sosialnya, setiap individu akan senantiasa menyesuaikan diri, sehingga perilakunya dapat diterima didalam lingkungan sosialnya. Dalam konteks politik, menurut model ini, memilih bukanlah serratus persen merupakan pengalaman pribadi, tetapi merupakan pengalaman kelompok. Setiap individu dalam memilih memiliki kecenderungan untuk mengikuti dan menyesuaikan arah pilihan kelompok sosialnya. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika upaya untuk mempengaruhi kelompok seringkali dilakukan melalui perang wacana (*discourse warfare*) dalam masyarakat. Wacana yang lebih dominan berpotensi penguasai perilaku kelompok sosial (Maskur, 2021).

Dalam cakupan yang lebih kecil, pendekatan ini, secara umum, mengidentifikasi peran orang tua dan keluarga sebagai faktor dominan yang mempengaruhi individu dalam memilih. Walaupun demikian terdapat faktor-faktor lain yang tidak kalah pentingnya. Saiful Mujani, R. William Liddle, dan Kuskridho Ambardi menyebutkan faktor kelas sosial yang meliputi pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, agama, dan tingkat religiusitas, ras, etnik, sentiment kedaerahan, domisili, yaitu antara pedesaan dan perkotaan, jenis kelamin, dan usia sebagai faktor-faktor sosiologis yang dianggap mempengaruhi pilihan pemilih dalam pemilu (Mujani, Liddle, & Ambardi, 2012).

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kecenderungan emak-emak untuk memberikan suara pada ketiga calon presiden di Pilpres 2024 adalah sama. Emak-emak memiliki kecenderungan yang sama untuk memberikan suaranya pada ketiga capres yakni, Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Tidak ada kecenderungan suara emak-emak tertuju pada salah satu calon presiden di Pilpres 2024. Berdasarkan jawaban yang diberikan responden emak-emak terhadap model perilaku memilihnya, terbanyak 37% responden mendasarkan pada model pilihan rasional, disusul sebanyak 32% responden emak-

emak mendasarkan perilaku memilihnya pada model psikologi dan sisanya sebanyak 31% responden emak-emak mendasarkan perilaku memilihnya pada model sosiologis.

Referensi

- Amalia, L. S. (2019). Upaya Mobilisasi Perempuan Melalui Narasi Simbolik 'Emak-Emak dan Ibu Bangsa' Pada Pemilu 2019. *Jurnal Penelitian Politik*, 16(1), 17. <https://doi.org/10.14203/jpp.v16i1.779>
- Anggraini, V. (2021). Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Dengan Calon Tunggal Perspektif Hukum Islam. In <http://repository.iainbengkulu.ac.id/> (Vol. 21, Issue 1). <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027%0Ahttps://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/%0A???>
- Arniti, N. K. (2020). Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Umum Legislatif Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(2), 329. <https://doi.org/10.38043/jids.v4i2.2496>
- Asri, R. (2019a). Pemaknaan The Power of Emak-Emak di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.24815/jkg.v8i1.13825>
- Asri, R. (2019b). Pemaknaan The Power Of Emak-Emak Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(April).
- Asrizal, A. (2020). Partisipasi Politik Masyarakat Terhadap Pemilihan Umum Perspektif Good Governance. *Jurnal Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau*, 2(1), 130–147. <https://doi.org/10.55108/jbk.v2i1.236>
- Bangun, M. (2022). PERILAKU PEMILIH PEREMPUAN PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH TAHUN 2015 DI KECAMATAN MEDAN BARU. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 3(2), 825–842. <https://ejournal.steitholabulilmi.ac.id/index.php/metadata/article/view/282>
- Dwi Lala Maharani. (2024). *Analisis Partisipasi Politik Masyarakat Kecamatan Mestong pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Tahun 2020*. 0, 1–23.
- Haryanto, H. (2016). Kebangkitan Party ID: Analisis Perilaku Memilih dalam Politik Lokal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17(3), 291. <https://doi.org/10.22146/jsp.13082>
- Kaesmetan, T. O. H. (2019). Studi Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Nusa Tenggara Timur Tahun 2014 Daerah Pemilihan Timor Tengah Selatan. *Journal KPU*, 1, 1–26.
- Kepemimpinan, P., Dalam, P., Publik, J., Kantor, P., Kabupaten, D., & Ulu, M. (2022). *Jurnal paradigma*. 1–12.
- Kurniawati, putri. (2017). Membongkar Mafia Dan Oligarki Dalam Pemilu 2019. In *Universitas Nusantara PGRI Kediri* (Vol. 01).
- Miaz, Y. (2012). Partisipasi Politik: Pola Perilaku Pemilih pada Masa Orde Baru dan Reformasi. In *UNP Press Padang*.
- Ningsih, P. W., Siahaan, R. Y., Tinambunan, D. R., Situmeang, T. A., Simbolon, J. A., Ery, D., Harahap, P., & Lase, M. (2024). Perilaku Pemilih Gen Z Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. *SOSIAL : Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, 2(2), 110–120.
- Ola Riantoby, A. (2021). Pilkada 2020 & Covid 19: Partisipasi Politik Dan Perilaku Pemilih Dalam Pendekatan Budaya Politik. *Jurnal Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau*, 3(1), 85–121. <https://doi.org/10.55108/jbk.v3i1.250>
- Prayogo, A. (2022). Bawaslu: Pengawasan Dan Tantangan Dalam Mewujudkan Pemilu Demokratis. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 11(3), 246–260.

<https://doi.org/10.33366/jisip.v11i3.2555>

- Rahmat, B., & Esther, E. (2016). Perilaku Pemilih Pemula Dalam Pilkada Serentak Di Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang Tahun 2015. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 42(2), 25. <https://doi.org/10.33701/jipwp.v42i2.148>
- Yusrin, Y., & Salpina, S. (2023). Partisipasi Generasi Millennial dalam Mengawasi Tahapan Pemilu 2024. *Journal on Education*, 5(3), 9646–9653. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1842>
- Zulkarnaen, F., Adara, A. S., Rahmawati, A., Wartadiayu, L., & Pamungkas, M. D. (2020). Partisipasi Politik Pemilih Milenial pada Pemilu di Indonesia. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 5(2), 55–63. <https://doi.org/10.35706/jpi.v5i2.4554>