

# PENGARUH KELOMPOK RUJUKAN DAN KEPERIBADIAN OTORITARIAN TERHADAP PERILAKU MEMILIH PADA PEMILIH PEMULA

**Zulaeni Esita**

Alumnus Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

Kontak Person: 085290092280. Email: zulaeniesita@gmail.com

## ***Abstract***

*The numbers of golput increasing in Indonesia each election after reform, it became a threat to the democratic process of this nation. Recorded in 2004, the number of golput increased to 23% from the previous election period and it's number increased again to 39% in 2009. The voters more apathetic and do not care again about the fate of their country, so it was supposed to be a concern, especially for young voters as the next generation of the democratic process. This study focused on the factors that influence voting behavior, especially the influence of the authoritarian personality and the influence of a reference group for young voters. Voting behavior equated with purchasing behavior, so that voters are seen as political consumers. This study was designed to quantitatively, the data were analyzed using path analysis because the independent variables affect the dependent variable directly and indirectly. The results showed that the authoritarian personality directly by 0,365 ( $\beta = 0.365$ ,  $p < 0.05$ ) influence voting behavior for young voters. Reference group has no direct influence on the voting behavior for young voters, but it indirectly through the authoritarian personality affect voting behavior for young voters. Reference group that directly influence young voter's authoritarian personality is the parent ( $\beta = 0.128$ ,  $p < 0.05$ ) and peers ( $\beta = -.198$ ,  $p < 0.05$ ).*

**Keywords:** *authoritarian personality, reference group, voting behavior, young voters.*

## ***Abstrak***

*Angka golput yang terus meningkat pada tiap Pemilu pasca reformasi di Indonesia menjadi ancaman bagi proses demokrasi bangsa ini. Tercatat pada tahun 2004 angka golput meningkat menjadi 23% dari periode Pemilu sebelumnya dan di tahun 2009 lalu, meningkat lagi menjadi 39%. Pemilih semakin apatis dan tidak peduli dengan nasib bangsanya lagi, karena itu sudah*

seharusnya hal ini menjadi perhatian terutama pada peran pemilih pemula sebagai generasi penerus proses demokrasi. Penelitian ini difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku memilih, khususnya pengaruh kepribadian otoritarian dan pengaruh kelompok rujukan bagi pemilih pemula. Perilaku memilih disejajarkan dengan perilaku membeli, sehingga pemilih dilihat sebagai konsumen politik. Penelitian ini didesain secara kuantitatif, data dianalisis dengan menggunakan analisis jalur karena variabel bebas mempengaruhi variabel tergantung secara langsung dan tidak langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian otoritarian secara langsung sebesar 0,365 ( $\beta = 0,365$ ;  $p < 0,05$ ) mempengaruhi perilaku memilih pada pemilih pemula. Kelompok rujukan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku memilih pada pemilih pemula, tetapi secara tidak langsung melalui kepribadian otoritarian mempengaruhi perilaku memilih mereka. Kelompok rujukan yang berperan langsung mempengaruhi kepribadian otoritarian pemilih pemula adalah orang tua ( $\beta = 0,128$ ;  $p < 0,05$ ) dan teman sebaya ( $\beta = -0,198$ ;  $p < 0,05$ ).

**Kata Kunci:** kepribadian otoritarian, kelompok rujukan, perilaku memilih, pemilih pemula.

## A. Pendahuluan

Politik menjadi salah satu urusan penting dalam suatu negara. Ensiklopedi Populer Politik Pembangunan Pancasila menyebutkan bahwa politik mencakup semua kebijaksanaan atau tindakan yang bermaksud mengambil bagian dalam urusan kenegaraan atau pemerintahan termasuk yang menyangkut penetapan bentuk, tugas, dan lingkup urusan negara. Ada beberapa cara yang digunakan dalam mengatur dan mengurus suatu negara, seperti: demokrasi, liberal, otoriter, dan sebagainya. Indonesia merupakan negara yang mengatur pemerintahannya dengan cara demokrasi. Sistem ini menegaskan bahwa kedaulatan adalah di tangan rakyat dan setiap warga negara memiliki hak untuk berpartisipasi dalam politik. Selain tentunya, pemilihan umum (pemilu) merupakan salah satu wujud dari suatu demokrasi.

Peningkatan jumlah golongan putih (golput)<sup>1</sup> dalam pemilihan umum (pemilu) Indonesia pasca reformasi tahun 1998 menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan dalam kelangsungan sistem demokrasi bangsa ini. Angka golput yang besar dan terus meningkat menjadi ancaman bagi proses demokrasi di bangsa yang memilih sistem ini dalam menjalankan pemerintahannya seperti Indonesia. Pemilu dalam sistem demokrasi berfungsi sebagai legitimasi politik, terciptanya perwakilan politik, sirkulasi elite politik dan pendidikan politik.<sup>2</sup> Pemilu terkait dengan proses memilih. Proses memilih dalam marketing politik disejajarkan dengan proses pembelian dalam marketing tradisional, proses pembelian dalam politik terjadi ketika pemilih memberikan suara kepada produk yang ditawarkan oleh suatu partai.<sup>3</sup> Partai politik memandang masyarakat umum sebagai “konsumen” yang memiliki posisi potensial untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa yang ditawarkan<sup>4</sup>.

Manusia pada dasarnya tidak pernah lepas dari aktivitas konsumsi dalam kehidupan sehari-harinya. Dorongan akan konsumsi menuntut individu untuk terus memenuhinya mulai dari konsumsi akan kebutuhan yang sifatnya primer hingga kebutuhan lain yang sifatnya tidak primer, dan salah satunya adalah kebutuhan politik yaitu menjalankan haknya selaku warga negara dalam proses memilih. Pemilu menjadi ajang bagi masyarakat dalam sistem demokrasi untuk

---

<sup>1</sup> Golongan putih atau yang biasa disebut golput merupakan istilah bagi orang-orang yang tidak menggunakan hak suara dalam pemilihan umum. Umumnya masyarakat golput tidak percaya dan apatis terhadap sistem demokrasi yang dijalankan untuk memilih pemimpin.

<sup>2</sup> A. Akmaluddin, “Inkonsistensi partai politik dalam penerapan UU No. 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum”, *Jurnal Politika*, Vol. 1 No. 2 Desember 2008, hlm. 12.

<sup>3</sup> R. G. Chapman & K. S. Palda, “Electoral Turnout In Rational Voting And Consumptions Perspectives”, *Strategic Management Journal*, Vol. 9 No. 3 April 2009, hlm. 337-346. Lihat juga, Pistolas. “Political Marketing And It’s Impact on Voting Behavior in Greece : An Analysis of The Greek Electorate’s Voting Behavior. Political Studies Association 2009”, <http://www.psa.ac.uk/2009/pps/Pistolas.pdf>, dikases pada 24 Mei 2012, pukul 12.09 WIB.

<sup>4</sup> D. L. Loudon & A. J. D. Bitta, *Consumer behavior: Concepts and applications*. (2<sup>nd</sup> Edition). (New York: McGraw-Hill Book Company, 1984), hlm.98.

menyalurkan aspirasi, ide, keinginan, dan harapan akan kebutuhan politik mereka. Kebutuhan politik mereka tersebut dipenuhi dengan cara mengkonsumsi harapan dan janji politik yang terwujud di dalam produk politik. Produk politik inilah yang dikonsumsi oleh individu dalam memenuhi kebutuhan politiknya.

Produk politik diperoleh dengan menukarkan sumber daya terbatas yang dimiliki oleh pemilih sebagai nilai tukar dalam proses konsumsi ini. Produk politik berupa harapan dan janji politik yang terwujud dalam konsep, identitas ideologi, program kerja dan karakter pemimpin.<sup>4</sup> Pada konsumsi politik, sumber daya yang dimiliki individu adalah hak pilih atau suara yang sifatnya terbatas karena hanya bisa dipergunakan sekali dalam lima tahun.

Data Komisi Pemilihan Umum (KPU) mencatat bahwa awal pemilu di Indonesia tahun 1955, terdapat sekitar 12, 34% pemilih yang tidak menggunakan hak pilih. Namun sejak pemilu tahun 1971 hingga tahun 1997 angka golput berkurang dari jumlah di awal tahun pertama pemilu. Di masa itu, Indonesia dipimpin oleh pemimpin otoriter sehingga sebagian besar pemilih di masa tersebut menggunakan haknya untuk memilih dalam setiap pemilu. Kemudian tahun 1999, awal masa reformasi bangsa ini, jumlah pemilih yang golput meningkat sekitar 0,79% dari 9, 42% pada pemilu di tahun 1997 menjadi 10, 21%. Tahun 2004, angka golput meningkat lagi menjadi 23, 34% dan angka ini terus meningkat hingga pemilu 2009, tercatat ada 39,22% dari pemilih yang golput atau sebanyak 67.165.657 orang dari jumlah pemilih yang terdaftar.<sup>5</sup>

Data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), pada Pemilu 2009 di Indonesia tercatat ada 176.411.434 orang yang terdaftar sebagai pemilih dan sekitar 36 juta di antaranya merupakan pemilih pemula.

---

<sup>5</sup> Firmanzah, *Pemasaran Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), hlm. 123. Lihat juga, W. Suciska, Menjadi Pencuri Hati Rakyat (Merayu Sekaligus Mendidik Pemilih dengan *Politic Marketing*), *Jurnal Observasi*, Vol. 6 No. 1, Maret 2008, hlm. 1-16.

<sup>6</sup> K. Marijan, *Sistem Politik Indonesia: Konsolidasi Demokrasi Pasca-Orde Baru*, (Jakarta: Kencana Press, 2010), hlm. 54.

Pada Pemilu 2004 sebelumnya, jumlah pemilih pemula sekitar 27 juta dari 147 juta pemilih. KPU memperkirakan bahwa jumlah pemilih pemula di Indonesia sekitar 20% sampai dengan 30%. Data dari Badan Pusat Statistik tahun 2010 menyebutkan bahwa penduduk Indonesia yang berusia 15 – 19 tahun sebanyak 20.871.086 orang, dan usia 20 – 24 tahun sebanyak 19.878.417 orang, sehingga jumlah pemilih muda sebanyak 40.749.503 orang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Carlos (2004) mengungkapkan bahwa ada beberapa alasan pemilih pemula tidak memilih, di antaranya adalah 1) sebagian dari pemilih pemula menganggap bahwa memilih bukanlah sesuatu yang penting. Ini sebagai akibat dari ketidakpercayaan pemilih pemula terhadap sistem politik yang ada. 2) Karena sebagian dari pemilih pemula sibuk sehingga tidak punya waktu untuk memilih. Di saat pemilihan diselenggarakan, pemilih pemula malah punya kesibukan yang sama pentingnya seperti jadwal kerja, sekolah dan kuliah. 3) Mekanisme formulasi kebijakan partai yang tidak jelas, isu dan topik yang diangkat dalam pemilu oleh kandidat kurang menarik bagi pemilih muda serta janji-janji politik yang ada tidak berhubungan dengan kebijakan sosial atau yang sedang menjadi perhatian masyarakat. 4) Visi kandidat yang tidak bisa diterima oleh semua kalangan masyarakat yang ada. 5) Peran komunitas jurnalis yang memberikan informasi-informasi yang tidak obyektif dan memihak pada salah satu kandidat. 6) Kurang populer.<sup>6</sup> 7) Pemilih muda ragu pada komitmen para politisi karena masyarakat lelah dengan janji-janji politik yang palsu, ketidakpercayaan ini mengurangi tendensi pemilih muda untuk memilih.<sup>7</sup> Alasan lain yang juga muncul sebagai penyebab tidak adanya keinginan para kaum muda memilih adalah karena mereka tidak cukup tahu tentang

---

<sup>6</sup> R. Carlos., *Youth Voting Behavior*, [http://www.isu.com/indiana\\_stateuniversit/com602/methods/of/research/creativity](http://www.isu.com/indiana_stateuniversit/com602/methods/of/research/creativity), diakses pada 17 Mei 2012 pukul 23.00 WIB.

<sup>7</sup> D. M. Shea dan R. Harris, "Why Bother? Because Peer To Peer Programs Can Mobilize Young Voters", *Political Science and Politics Journal*, Vol. 39 No.2 Februari 2006, hlm. 341-345.

kandidat atau tidak tahu bagaimana cara dalam mengatasi hambatan institusional yang ada untuk memilih.<sup>8</sup>

Carlos (2004) dari Indiana State University (ISU) melakukan survey tentang ketertarikan terhadap politik dan kesadaran politik pada pemilih pemula yang berusia 18 sampai 22 tahun. Survey tersebut menyebutkan bahwa dari 306 jumlah responden, 50,4% terdaftar sebagai pemilih, 90% dari mereka itu terdaftar di kota asal mereka. Pada pemilu sebelumnya 10% memilih pada pemilu Presiden, 6,5% memilih pada pemilihan senat, 19,5% telah memilih pada pilkada, dan 10% memilih pada pemilihan badan mahasiswa. Dilihat dari pandangan para responden ini tentang pentingnya pemilu, ada 67% yang berpikir bahwa hal itu penting atau sangat penting, 7,7% yakin bahwa tidak sepenuhnya penting atau tidak penting, dan 25,3% dari mereka tidak memberikan opininya. Dari kesemuanya 61,6% yakin mereka pasti akan memilih atau mungkin akan memilih, 15,6% menyatakan mereka mungkin tidak akan memilih atau pasti tidak akan memilih, dan 22,9% dari populasi survey tidak yakin jika mereka akan benar-benar memilih.<sup>9</sup>

Perilaku memilih pada pemilih pemula dianggap menjadi penting karena peran para pemilih pemula sebagai generasi penerus dalam proses demokrasi di masa yang akan datang. Akan tetapi, berkurangnya antusiasme pemilih pada proses pemilihan di negeri ini menggambarkan terbentuknya sikap apatis dan sikap tidak peduli warga negara terhadap masalah-masalah politik yang sedang terjadi dalam negerinya.<sup>10</sup> Memilih penting demi kelangsungan proses demokrasi, terutama bagi pemilih pemula. Pentingnya pemilih muda untuk memilih diungkapkan oleh Carlos (2004), menurutnya jika para pemilih muda tidak memilih ditakutkan jumlah pemilih di masa yang

---

<sup>8</sup> M. Jones dan K. Portney, *Parental Influence on The Political Participation of Young People, Survey Political Behavior Of Young People 2007*, <http://ase.tufts.edu/polsci/faculty/portney/research/StudentsPoliticalCivic.htm>, diakses pada 17 Mei 2012 pukul 05.09 WIB.

<sup>9</sup> R. Carlos., *Youth Voting Behavior...*, diakses pada 17 Mei 2012 pukul 23.00 WIB.

<sup>10</sup> K. Marijan, *Sistem Politik Indonesia...*, hlm. 54.

akan datang akan terus berkurang bahkan bisa saja menjadi krisis pemilih kelak di masa mendatang. Bukan hanya itu saja, pemilih pemula juga memiliki potensi dalam meningkatkan kadar legitimasi pemilu.<sup>11</sup>

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi individu untuk memilih, di antaranya adalah keputusan individu untuk memilih dipengaruhi oleh karakteristik pemilih, media massa dan karakteristik partai politik atau kandidat politik.<sup>12</sup> Selain itu, karakteristik pemilih sebagai individu pelaku konsumsi politik juga dapat dilihat dari sisi kepribadian dan kelompok rujukan. Kepribadian dalam dunia politik dianggap mempunyai peranan penting bagi individu untuk memilih dalam pemilihan umum karena kepribadian mempengaruhi gaya pengambilan keputusan politik seseorang<sup>13</sup> juga ideologi politiknya.<sup>14</sup> Selain itu, persepsi pemilih sebagai konsumen politik juga dipengaruhi oleh kelompok rujukan mereka.<sup>15</sup> Faktor ini diyakini dapat mendorong individu untuk terlibat dalam politik sehingga, kelompok rujukan dijadikan sebagai agen sosialisasi politik. Hasil penelitian Jones dan Portney (2007) menunjukkan bahwa pemilih muda akan lebih memilih untuk melakukan *voting* dan melihat hal itu sebagai sesuatu yang penting jika orang tua mereka mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam proses politik dan perilaku orang tua yang membawa atau pernah membawa anak mereka untuk memberikan

---

<sup>11</sup> R. Carlos., *Youth Voting Behavior...*, diakses pada 17 Mei 2012 pukul 23.00 WIB.

<sup>12</sup> C. R. Zukin Hofstetter, dan T. Buss, "Political Imagery and Information in an Age of Television", *Journalism Quarterly*, Vol. 55 No. 2 Maret 1978, hlm. 562-569. Lihat, Newman dan J. Seth, "A model of Primary Voter Behavior", *Journal of Consumer Research*, Vol. 12 No.2 Januari 1985, hlm. 178-187 dan Suciska, *Menjadi Pencuri Hati...*, hlm. 1-16.

<sup>13</sup> A. Immelman, "The Assessment Of Political Personality: A Psychodiagnostically Relevant Conceptualization and Methodology", *Political Psychology Journal*, Vol. 14 No. 4 April 1993, hlm. 725-741.

<sup>14</sup> S. F. Camilleri, "A Factor Analysis of The F-Scale", *Social Forces Journal*, Vol. 37 No. 4 April 1959, hlm. 316-323.

<sup>15</sup> W. O. Bearden dan M. J. Etzel, "Reference Group Influence On Product And Brand Purchase Decisions", *Journal of Consumer Research*, Vol. 9 No. 9 Januari 1982, hlm. 183-194.

hak suaranya pada saat pemilihan. Penelitian ini dilakukan pada 1500 subyek dengan usia 15-25 tahun di Amerika Serikat. Penelitian ini memberikan gambaran betapa pentingnya peran orang tua dalam menanamkan nilai-nilai demokrasi dan tugas sebagai warga negara dalam diri anak sejak dini.<sup>16</sup>

Gross dan Portney (2007) meneliti tentang pengaruh orang tua terhadap perilaku memilih pada remaja. Hasilnya adalah bahwa orang tua yang aktif berkomunikasi dengan anak remaja mereka tentang masalah-masalah politik dan isu-isu sosial yang terjadi jauh lebih mungkin untuk memberikan suara dalam pemilu mendatang. Data menunjukkan remaja yang memiliki orang tua yang sangat tertarik dengan hal politik sebesar 84% memberikan suaranya di pemilu mendatang, dan remaja yang setiap hari membicarakan masalah politik dengan orang tuanya sebesar 91% akan ikut memberikan hak suaranya di pemilu mendatang sedangkan, mereka yang tidak membicarakan masalah politik dengan orang tuanya hanya 30% yang akan ikut berpartisipasi dalam pemilu mendatang.

Penelitian lainnya oleh Nover dan Portney (2007) yang melihat bahwa peran teman sebaya memberikan efek positif bagi pemilih muda. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa teman dan orang tua adalah motivator utama bagi pemilih muda untuk memilih (*voting*) yang ditandai dengan adanya interaksi antara mereka dengan teman-temannya ataupun dengan orang tuanya dalam kegiatan diskusi tentang politik dan isu-isu sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teman memiliki pengaruh yang lebih besar daripada orang tua dalam mengarahkan pemilih muda untuk memilih (*voting*). Helen Sonnenberg Lewis mengungkapkan bahwa hubungan pertemanan

---

<sup>16</sup> M. Jones dan K. Portney, "Parental Influence on The Political Participation of Young People", *Survey Political Behavior*.... Diakses pada 17 Mei 2012 pukul 05.09 WIB.

menentukan perasaan remaja terhadap kompetensi dan minat remaja berpartisipasi dalam politik.<sup>17</sup>

Atas dasar di atas, kepribadian konsumen dan kelompok rujukan inilah yang akan dibahas dalam tulisan ini. Secara khusus tulisan ini akan melihat seberapa besar pengaruh kepribadian, khususnya kepribadian otoritarian dan kelompok rujukan yang terdiri dari orang tua, teman sebaya dan guru dalam mempengaruhi perilaku memilih pada pemilih pemula. Dengan begitu, tulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis bagi perkembangan ilmu psikologi khususnya dalam bidang psikologi industri dan organisasi terutama pada perilaku konsumen.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> D. M. Shea dan R. Harris, "Why Bother? Because Peer To Peer Programs Can Mobilize Young Voters", *Political Science and Politics Journal*. Vol. 39 No.2 Februari 2006.

<sup>18</sup> Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui tentang pemilih pemula dalam proses memilih. Carlos (2004) meneliti tentang ketertarikan pemilih muda terhadap politik dan kesadaran politik mereka. Gross dan Portney (2007) meneliti bagaimana pengaruh orang tua terhadap perilaku memilih remaja. Jones dan Portney (2007) meneliti bagaimana peran orang tua terhadap partisipasi politik anak muda. Seiden dan Portney (2007) mengkaji tentang pengaruh orang tua terhadap ideologi politik pada anak muda di Amerika Serikat. Dawley dan Portney (2007) meneliti tentang pengaruh orang tua terhadap perilaku politik pada mahasiswa di universitas. McIntosh, Hart dan Youniss (2007) meneliti tentang bagaimana pengaruh diskusi dalam keluarga mengenai politik terhadap perkembangan perilaku kewarganegaraan anak muda ditinjau dari kualitas orang tua. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Nover dan Portney (2007) yang melihat bahwa peran teman sebaya memberikan efek positif bagi pemilih muda. Shea dan Harris, (2006) pun meneliti mengenai aplikasi program "peer to peer" yang mampu mengerahkan pemilih pemula. Quintelier (2011) meneliti tentang sosialisasi politik di antara anak muda. Schoen dan Schumann (2007) meneliti tentang bagaimana peran kepribadian terhadap sikap dukungan dan perilaku memilih. Caprara, Barbaranelli dan Zimbardo (1999) meneliti tentang hubungan antara profil kepribadian pemilih dengan preferensi partai politik. Kesemua penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku memilih pemilih pemula dan apa saja yang mempengaruhi perilaku mereka.

## B. Keterkaitan antara Kepribadian Otoritarian dengan Perilaku Memilih

Pemilih merupakan elemen penting dalam proses pemilihan umum sebagai salah satu wujud demokrasi. Sama halnya dengan konsumen yang juga merupakan elemen kunci dalam perilaku ekonomi dalam kehidupan. Mereka menjadi penting karena sebagaimana diungkapkan Wells & Prensky (1996) para pemilih menyadari akan kebutuhan yang mereka miliki dan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhan mereka, menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan mereka dan kemudian membuang produk yang telah memenuhi kebutuhan mereka. Sementara Baker (1994) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah proses kognitif yang terdiri dari urutan berpikir, mengevaluasi dan memutuskan. Oleh karena itu, biasanya digambarkan sebagai urutan pemrosesan informasi dimulai dari adanya stimulus dari lingkungan dalam bentuk pesan pemasaran dan percakapan dengan teman dan kerabat. Lalu, pengolahan semua data stimulus yang menghubungkan mereka dengan ide-ide yang ada dan kenangan dan mengevaluasi relevansi mereka untuk tujuan pribadinya.<sup>19</sup> *Output*-nya adalah sikap konsumen terhadap merek atau produk atau jasa yang diiklankan, niat untuk membeli atau menunda pembelian dan jika sikap dan niat yang positif maka akan terjadi tindakan pembelian.

Masyarakat dianggap sebagai konsumen dalam dunia politik yang dalam konteks ini disebut pemilih. Di sini, pemilih memainkan peran sebagai konsumen politik. Konsumen diartikan sebagai pembeli potensial dari produk dan jasa yang ditawarkan untuk dijual, karena itu mereka berperan sebagai pengadopsi yang potensial dari layanan atau filosofi atau ide-ide yang ditawarkan.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> S. Suryabrata, *Psikologi kepribadian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 89.

<sup>20</sup> D. L. Loudon dan A. J. D. Bitta, *Consumer Behavior: Concepts and Applications*, (New York: McGraw-Hill Book Company, 1984), hlm. 76.

Pemilih oleh Firmanzah (2008) diartikan sebagai semua pihak yang menjadi tujuan utama para kontestan untuk mereka pengaruhi dan yakinkan agar mendukung dan kemudian memberikan suaranya kepada kontestan bersangkutan.<sup>21</sup> Secara khusus pemilih juga dijelaskan dalam Undang–Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Bab I Pasal 1 (21) menyebutkan bahwa warga negara yang telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah atau pernah menikah dikatakan sebagai pemilih.

Pemilih terdiri dari masyarakat umum dan kelompok masyarakat yang merasa diwakili oleh suatu ideologi tertentu yang kemudian termanifestasikan dalam institusi politik seperti partai politik yang oleh Firmanzah (2008) disebut sebagai konstituen. Dalam dunia politik mereka mengkonsumsi produk politik. Produk yang dikonsumsi oleh pemilih dalam dunia politik berbeda dengan produk yang mereka konsumsi pada umumnya. Konsumsi politik memiliki beberapa konsekuensi yang harus ditanggung oleh pemilih selaku konsumen. Konsekuensi tersebut ada yang bersifat positif yaitu: 1) keputusan yang salah dalam pemilihan umum tidak mendatangkan efek langsung bagi si pemilih atau si pengambil keputusan; 2) Waktu yang digunakan sedikit karena proses pencoblosan hanya berlangsung beberapa menit saja; 3) Murah karena tanpa ada biaya ekonomis dalam mengkonsumsi; dan 4) Usaha yang digunakan untuk mengkonsumsi mudah, pemilih hanya cukup mendatangi tempat-tempat pencoblosan untuk memilih. Sedangkan, konsekuensi negatif yang ditanggung pemilih dalam konsumsi politik ini adalah membutuhkan waktu yang lama untuk bisa mengkonsumsi kembali karena hanya ada sekali dalam lima tahun proses pemilihan tersebut, selain itu juga apa yang mereka konsumsi itu cepat hilang dan habis.<sup>17</sup>

Penelitian ini berfokus pada pemilih pemula. Mereka dianggap sebagai pemilih yang berkarakter idealis, logis dan kritis. Mereka berada di usia 17 hingga 22 tahun yang secara perkembangan berada

---

<sup>21</sup> Firmanzah, *Pemasaran Politik...*, hlm. 134.

di tahap remaja. Hall menjelaskan bahwa usia 12 hingga 23 tahun adalah usia individu yang sedang berada di masa remaja.<sup>22</sup> Lebih lanjut Hall menjelaskan bahwa usia remaja adalah usia di mana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak. Di tahap ini, individu mencapai perilaku sosial yang bertanggung jawab, mencapai kemandirian emosional dari orang tua dan orang dewasa lainnya, serta memperoleh perangkat nilai dan sistem etis sebagai pegangan untuk berperilaku dan mengembangkan ideologi.

Dengan melihat definisi di atas, remaja merupakan usia pada saat individu memasuki tahap sebagai pemilih pemula dan melakukan tugas pertama mereka sebagai warga negara dalam berpolitik. Pemilih dalam penelitian ini didefinisikan sebagai individu yang secara Undang-Undang telah diperbolehkan untuk memilih atau memberikan hak suaranya kepada kontestan politik yang mereka pilih untuk menggunakan produk politiknya. Dan perilaku memilih dalam penelitian ini didefinisikan sebagai proses mental individu dalam menggunakan haknya untuk memilih sebagai warga negara.

Perilaku memilih pada pemilih pemula dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri atas karakteristik pemilih di antaranya adalah usia, jenis kelamin, pendidikan, agama, kepribadian dan lingkungan tempat pemilih berada dan berinteraksi atau kelompok rujukan pemilih seperti orang tua, teman sebaya dan guru.

Secara spesifik Whitehead dan Portney (2007) menunjukkan hasil penelitiannya bahwa ada perbedaan pandangan antara perempuan dan laki-laki baik itu dalam menanggapi persoalan ekonomi maupun politik. Laki-laki lebih konvensional dalam urusan politik, sedangkan perempuan lebih liberal. Nolan dan Portney dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi partisipasi politik seseorang, meskipun individu tersebut berasal dari status

---

<sup>22</sup> J. W. Santrock, *Remaja*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 45.

ekonomi yang rendah tapi jika ia berpendidikan maka ia akan berpartisipasi dalam politik dibandingkan dengan mereka yang tidak sekolah.<sup>23</sup>

Faktor agama juga mempengaruhi seseorang dalam perilaku memilih. Ada hubungan positif antara religiusitas dengan partisipasi politik seseorang. Faktor lainnya yang juga ikut mempengaruhi adalah kepribadian. Kepribadian mempengaruhi sikap politik dan perilaku politik seseorang secara tidak langsung.<sup>24</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Schoen dan Schumann (2007) menunjukkan hasil bahwa kepribadian berdasarkan sifat memiliki dampak pada sikap mendukung dan pilihan memilih yang merupakan sarana kecenderungan politik individu dan sikap terhadap isu-isu politik.

Kelompok rujukan pun memberikan pengaruh pada pengambilan keputusan pemilih. Kelompok rujukan dalam perspektif pemasaran diartikan sebagai kelompok yang dijadikan kerangka rujukan bagi individu dalam mengambil keputusan konsumsi atau pembelannya.<sup>25</sup> Individu menjadikan kelompok tersebut sebagai pertimbangan dalam penentuan keputusannya, keyakinan dan perilaku. Bagi individu, kelompok rujukan berfungsi untuk membandingkan dirinya sendiri dalam membuat penilaian dan evaluasi, dan untuk mengatur norma-norma yang sesuai dengan dirinya.<sup>26</sup> Dalam pemasaran politik, kelompok rujukan dianggap agen sosialisasi politik. Sosialisasi politik merupakan proses pembelajaran bagi individu mengenai budaya politik, pengetahuan, nilai dan sikap, yang berkontribusi untuk mendukung sistem politik. Orang tua, teman sebaya, sekolah dan

---

<sup>23</sup> J. Dawley dan K. Portney, "Parental Influences on The Political Behavior of College Students", *National Survey of Political and Civic Engagement of Young People Survey 2007*, <http://ase.tufts.edu/polsci/faculty/portney/research/StudentsPoliticalCivic.htm>. diakses 18 Juli 2012 pukul 22.00 WIB.

<sup>24</sup> H. Schoen & Schumann S., "Personality Traits, Partisan Attitudes, And Voting Behavior: Evidence From Germany", *Political Psychology Journal*, Vol. 28 No. 4 April 2007, hlm. 471-496.

<sup>25</sup> L. Schiffman dan L. L. Kanuk, *Perilaku konsumen*, (Jakarta: PT. Indeks Perkasa, 2008), hlm. 34.

<sup>26</sup> D. L. Loudon dan A. J. D. Bitta, *Consumer Behavior...*, hlm. 76.

media massa merupakan agen sosialisasi politik.<sup>27</sup> Orang tua menurunkan ideologi politiknya kepada anak-anaknya, memperkenalkan cara berpartisipasi dalam politik<sup>28</sup> dan memberikan informasi politik kepada anak-anaknya melalui diskusi keluarga.<sup>29</sup> Agen sosialisasi politik lainnya yang juga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pemilih adalah teman sebaya. Teman sebaya bagi remaja memberikan pengaruh yang besar dalam mengerahkan pemilih muda untuk memilih, remaja lebih mendengarkan informasi yang disampaikan oleh temannya.<sup>30</sup> Perilaku memilih remaja ini banyak dipengaruhi oleh kepribadian dan lingkungan sekitarnya.

Selain itu, lingkungan tempat remaja berinteraksi juga mempengaruhi perilaku memilih remaja. Ada orang tua, teman sebaya dan guru yang sering mereka jumpai dalam kehidupan sehari-harinya dan saling berinteraksi satu sama lain. Kesemua pihak secara bersama memberikan dampak pada pemilih pemula dalam melakukan kegiatan konsumsi politik yaitu menggunakan hak suaranya dalam proses pemilihan umum. Lingkungan tersebut juga mempengaruhi sifat pemilih pemula.

Cattel menyatakan bahwa sifat merupakan hasil pengaruh dari faktor-faktor lingkungan, hereditas atau campuran dari keduanya. Sifat individu menjelaskan kepribadian individu tersebut. Kepribadian merupakan suatu ramalan mengenai apa yang akan dilakukan seseorang pada situasi tertentu.<sup>31</sup> Kepribadian individu dipengaruhi

---

<sup>27</sup> E. Quintelier, *Political Socialization Among Young People: Evidence From A Two Year Panel Study*. Paper Presented At The Pidop Conference 'Engaged Citizens? Political Participation And Civic Engagement Among Youth, Women, Minorities And Migrants, Centre for Political Research, K.U.Leuven. Belgia, 2011, hlm. 23.

<sup>28</sup> R. Seiden dan K. Portney, "Parental Influences On The Political Ideologies Of Young People", *National Survey of Political and Civic Engagement of Young People Survey*. <http://ase.tufts.edu/polsci/faculty/portney/researchStudentsPoliticalCivic.htm>, dikases pada 22 Mei 2012 pukul 19.00 WIB.

<sup>29</sup> H. McIntosh dkk., "The Influence Of Family Political Discussion On Youth Civic Development: Which Parent Qualities Matter?", *Political Science and Politics 2007*, <http://www.apsanet.org>, dikases pada 17 Mei 2012 pukul 12.09 WIB.

<sup>30</sup> D. M. Shea dan R. Harris, *Why Bother? Because...*, hlm. 341-345.

<sup>31</sup> S. Suryabrata, *Psikologi kepribadian...*, hlm. 90.

oleh keturunan, pengalaman masa kanak-kanak, pengaruh sosial dan lingkungannya.<sup>32</sup> Kepribadian individu mempengaruhi perilaku pembeliannya,<sup>29</sup> begitu pula dengan perilaku memilihnya. Kepribadian remaja bisa digambarkan melalui kepribadian berdasarkan sifat yang terwakilkan ke dalam kepribadian otoritarian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kepribadian berdasarkan sifat. Perspektif sifat dianggap mampu menyelidiki faktor kepribadian umum yang mempengaruhi perilaku individu di berbagai situasi. Hal ini disajikan dalam kepribadian otoritarian yang merupakan teori sifat-tunggal (*single trait theories*). Karakter kepribadian otoritarian adalah memiliki kebutuhan yang tinggi akan kepatuhan, penghormatan terhadap atasan, dominan terhadap bawahan, memandang dunia dengan cara yang sangat terstruktur, taat terhadap nilai-nilai konvensional dalam pengaturan seseorang dan dogmatis.<sup>30</sup> Konsep kepribadian ini pertama kali dikemukakan oleh Adorno, Frenkel, Levinson, dan Sanford di tahun 1950. Konsep kepribadian otoritarian ini seringkali digunakan untuk melihat kecenderungan sikap politik, ideologi, ekonomi, dan sosial individu, karena itu kepribadian otoritarian juga mampu menggambarkan perilaku politik seseorang termasuk perilakunya dalam memilih.

Adorno (1950) dan Altemeyer (1996) mengemukakan bahwa keluarga mempengaruhi tingkat otoritarian seseorang. Altemeyer (1996) menjelaskan bahwa kepribadian otoritarian didasari oleh konsep teori belajar sosial yaitu perilaku anak terbentuk dari modeling yang diterimanya, melalui orang tua dan orang-orang sekelilingnya. Orang-orang sekitar individu menurunkan dan menanamkan norma-norma konvensional dan tradisional kepada individu.<sup>33</sup> Orang-orang sekitar individu tersebutlah yang dijadikan sebagai acuan atau

---

<sup>32</sup> L. Schiffman dan L. L. Kanuk, *Perilaku konsumen...*, hlm. 34.

<sup>29</sup> P. Kotler dan G. Armstrong, *Principles of marketing*. Sixth edition. (New Jersey: Prentice Hall International Inc., 1994), hlm. 117.

<sup>30</sup> B. Altemeyer, *The Authoritarians*, (Cambridge Massachusetts: Harvard University Press, 1996), hlm. 56.

pedoman individu dalam membentuk nilai, sikap dan perilakunya yang biasa disebut sebagai kelompok rujukan.

Faktor-faktor di atas mempengaruhi pemilih pemula ketika mereka menjadi tujuan utama para kontestan untuk dipengaruhi dan diyakinkan agar mendukung dan kemudian memberikan suaranya kepada kontestan bersangkutan yang melalui tahap kesadaran, perhatian, minat dan diakhiri dengan tindakan. Penelitian ini dirancang untuk menjelaskan pengaruh langsung antara variabel kepribadian otoritarian dengan variabel perilaku memilih serta pengaruh langsung antara variabel kelompok rujukan dengan variabel perilaku memilih. Selain itu juga menggambarkan hubungan tidak langsung antara variabel kelompok rujukan terhadap variabel perilaku memilih melalui variabel kepribadian otoritarian.

Secara singkat model dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kelompok rujukan ( $x_1$ ) memiliki pengaruh terhadap perilaku memilih ( $Y$ ). Hubungan keduanya dimediasi oleh kepribadian otoritarian ( $x_2$ ). Artinya kelompok rujukan mempengaruhi tingkat kepribadian otoritarian pemilih pemula dan kemudian mempengaruhi perilaku memilihnya. Dengan demikian, maka ada dua hipotesis penelitian yang diajukan yaitu hipotesis pertama adalah kepribadian otoritarian memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku memilih pada pemilih pemula dan hipotesis kedua adalah kelompok rujukan memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung melalui kepribadian otoritarian terhadap perilaku memilih pada pemilih pemula.

### **C. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang terdiri dari beberapa variabel sebagai objek penelitian. Variabel-variabel tersebut kemudian didefinisikan secara operasional. Kualitas penelitian ditentukan melalui uji reliabilitas dan validitas alat ukur. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan alat ukur berupa skala. Ada tiga skala yang digunakan yaitu skala kelompok rujukan, skala kepribadian otoritarian dan skala perilaku memilih. Skala

kelompok rujukan dalam penelitian ini didasari oleh tiga aspek yaitu informasi & pengalaman, daya tarik, dan kredibilitas dengan enam indikator didalamnya. Indikator tersebut adalah memiliki informasi dan pengalaman yang cukup tentang suatu produk atau jasa tertentu, persamaan, keakraban, kesukaan, keahlian, dan kepercayaan. Skala kepribadian otoritarian disusun dari tiga aspek yaitu kepatuhan otoritarian, konvensional, dan agresi otoritarian. Ketiga aspek tersebut terdiri atas empat indikator. Indikator pertama adalah sikap tunduk, indikator kedua adalah patuh dan tidak kritis terhadap otoritas moral yang diidealkan bagi anggota kelompok. Indikator ketiga adalah ketaatan yang kuat terhadap nilai-nilai konvensional dan nilai-nilai dari kelas menengah. Dan indikator keempat adalah cenderung mencela, menghina, menolak, dan menghukum orang-orang yang melanggar nilai-nilai konvensional. Skala yang ketiga adalah skala perilaku memilih. Skala ini disusun berdasarkan empat aspek yaitu kesadaran, perhatian, minat, dan tindakan. Ada sembilan indikator dari keempat aspek tersebut yaitu memiliki pengetahuan politik, tanggung jawab sebagai warga negara, kebutuhan politik, pengalaman konsumsi masa lalu, merasa tertarik, rasa suka, keinginan akan hal tertentu, mengadopsi, dan mengabaikan.

Ketiga skala tersebut disebarkan pada populasi penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah warga negara Indonesia, laki-laki dan perempuan yang berusia 17 – 22 tahun. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *convenience*. Pemilihan teknik sampling didasarkan pada keterbatasan peneliti, baik dari sisi waktu, tenaga dan biaya. Total responden yang mengisi skala dalam penelitian ini adalah 238 subjek.

Data yang digunakan berasal dari skala yang telah diisi secara lengkap oleh subjek penelitian. Selanjutnya data diolah dengan menggunakan bantuan program *SPSS 16.0 for Windows* untuk melihat reliabilitas dan validitas alat ukur. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur, program AMOS 20 digunakan untuk menganalisis data yang ada dalam penelitian ini. Analisis jalur

digunakan karena variabel bebas mempengaruhi variabel tergantung secara langsung dan tidak langsung. Analisis jalur adalah suatu bentuk terapan dari analisis multi-regresi dengan menggunakan diagram jalur untuk membantu menguji hipotesis yang kompleks.<sup>31</sup> Analisis ini bertujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan dan signifikansi hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.<sup>32</sup>

#### **D. Analisa Pengaruh Kelompok Rujukan dan Kepribadian Otoritarian Terhadap Perilaku Memilih Pada Pemilih Pemula**

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah perilaku memilih, kepribadian otoritarian, dan kelompok rujukan. Kelompok rujukan dilihat dari tiga peran yaitu orang tua, teman sebaya, dan guru. Kelompok rujukan merupakan variabel bebas dalam penelitian ini, sedangkan perilaku memilih merupakan variabel tergantung dan kepribadian otoritarian sebagai variabel antara. Analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Dalam analisis jalur, ada dua variabel yang diketahui yaitu variabel eksogenus dan variabel endogenus. Kelompok rujukan sebagai variabel eksogenus yang diobservasi dalam penelitian ini. Kelompok rujukan di sini berupa orang tua ( $x_{1,1}$ ), teman sebaya ( $x_{1,2}$ ), dan guru ( $x_{1,3}$ ). Sedangkan kepribadian otoritarian ( $x_2$ ) dan perilaku memilih ( $Y$ ) adalah variabel endogenus yang diobservasi. Selain itu juga terdapat dua variabel eksogenus lainnya yang tidak diobservasi yaitu residu 1 ( $\epsilon_1$ ) dan residu 2 ( $\epsilon_2$ ).

Tabel 1 di bawah ini menyajikan perbandingan skor secara deskriptif antara keadaan hipotetik dan keadaan empiris dari masing-masing variabel penelitian. Data ini kemudian di masukkan ke dalam kategorisasi berdasarkan norma.

---

<sup>31</sup> F. N. Kerlinger, *Foundation of Behavioral Research*, terj. L. R. Simatupang, *Asas-asas penelitian behavioral*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006), hlm. 65.

<sup>32</sup> D. Sunyoto, *Model analisis jalur untuk riset ekonomi*. (Bandung: Yrama Widya, 2012), hlm. 1.

Tabel 1. Data Deskripsi Subjek

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Min	Maks	Mean	SD	Min	Maks	Mean	SD
Perilaku memilih	11	44	33	5,5	17	43	33,79	3,808
Kelompok rujukan	14	56	42	7	16	46	32,87	4,217
Kepribadian otoritarian	12	48	36	6	25	48	38,18	4,374

Tabel 2, tabel 3 dan tabel 4 menyajikan data dari kategorisasi masing-masing variabel berdasarkan norma yang dibagi ke dalam tiga kategori yakni tinggi, sedang dan rendah.

Tabel 2. Kriteria Kategorisasi Skala Perilaku Memilih

Kategori	Pedoman	Frekuensi	%
Tinggi	$[33 + 1,0(5,5)] \leq X$	31	13
Sedang	$[33 - 1,0(5,5)] \leq X < [33 + 1,0(5,5)]$	198	83
Rendah	$X < [33 - 1,0(5,5)]$	9	4

Tabel 3. Kriteria Kategorisasi Skala Kelompok Rujukan

Kategori	Pedoman	Frekuensi	%
Tinggi	$[42 + 1,0(7)] \leq X$	0	0
Sedang	$[42 - 1,0(7)] \leq X < [42 + 1,0(7)]$	76	32
Rendah	$X < [42 - 1,0(7)]$	162	68

Tabel 4. Kriteria Kategorisasi Skala Kepribadian Otoritarian

Kategori	Pedoman	Frekuensi	%
Tinggi	$[36 + 1,0(6)] \leq X$	63	26,47
Sedang	$[36 - 1,0(6)] \leq X < [36 + 1,0(6)]$	170	71,43
Rendah	$X < [36 - 1,0(6)]$	5	2,1

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan program AMOS 20. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ada dua.

Estimasi hasil dari model pengujian dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 5.

Tabel 5. Estimasi Hasil Analisis Jalur

Pengaruh antar variabel	Nilai estimasi tidak terstandarisasi		Terstandarisasi ( $\beta$ )
	b	p	
Teman --> kepribadian otoritarian	-1,487	0,002	-0,198
Orang tua --> kepribadian otoritarian	0,581	0,046	0,128
Guru --> perilaku memilih	-0,055	0,567	-0,035
Orang tua --> perilaku memilih	0,132	0,216	0,077
Teman --> perilaku memilih	-0,325	0,069	-0,113
Kepribadian otoritarian -> perilaku memilih	0,139	***	0,365

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa kepribadian otoritarian memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku memilih pada pemilih pemula. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepribadian otoritarian secara signifikan memberikan sumbangan pada perilaku memilih sebesar 0,365. Artinya bahwa sekitar 36% kepribadian otoritarian mempengaruhi perilaku memilih pemula. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kepribadian otoritarian memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku memilih pada pemilih pemula. Kesimpulan ini membuktikan bahwa hipotesis pertama di terima.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa kelompok rujukan memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung melalui kepribadian otoritarian terhadap perilaku memilih pada pemilih pemula. Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa kelompok rujukan tidak mempengaruhi secara langsung perilaku memilih pada pemilih pemula. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai  $b = 0,132$ ;  $p = 0,216$  ( $p > 0,05$ ) pada orang

tua. Nilai  $b$  guru sebesar  $-0,055$  dengan  $p = 0,567$  ( $p > 0,05$ ) dan nilai  $b$  teman terhadap perilaku memilih sebesar  $-0,325$  dengan  $p = 0,068$  ( $p > 0,05$ ). Akan tetapi, kelompok rujukan secara tidak langsung mempengaruhi perilaku memilih. Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa kelompok rujukan yang ada yaitu orang tua dan teman memiliki pengaruh langsung terhadap kepribadian otoritarian. Hal itu ditunjukkan pada nilai  $b$  teman terhadap kepribadian otoritarian sebesar  $-1,487$  dengan  $p = 0,002$  ( $p < 0,05$ ) dan nilai  $b$  orang tua sebesar  $0,581$  dengan  $p = 0,046$  ( $p < 0,05$ ). Kepribadian otoritarian memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku memilih dengan nilai  $b = 0,139$  dan  $p = ***$  ( $p < 0,05$ ).

Berdasarkan hasil di atas dapat disimpulkan bahwa orang tua dan teman sebaya sebagai kelompok rujukan mempengaruhi perilaku memilih pemilih pemula secara tidak langsung melalui kepribadian otoritarian. Oleh karena hasil itu, dapat disimpulkan bahwa kelompok rujukan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku memilih pemilih pemula tetapi memiliki pengaruh secara tidak langsung melalui kepribadian otoritarian. Kesimpulan ini membuktikan bahwa hipotesis kedua ditolak. Nilai beta ( $\beta$ ) menjelaskan efek langsung dan efek tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melibatkan variabel moderator.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok rujukan dan kepribadian otoritarian mempengaruhi perilaku memilih pada pemilih pemula. Kepribadian otoritarian secara langsung mempengaruhi perilaku memilih pada pemilih pemula. Besar pengaruh kepribadian otoritarian terhadap perilaku memilih pada pemilih pemula sebesar  $0,365$  ( $\beta = 0,365$ ;  $p < 0,05$ ). Altemeyer (1996) menyebutkan bahwa kepribadian otoritarian merupakan kepribadian yang ditandai dengan kepatuhan yang berlebihan pada pemegang kekuasaan, konformitas yang sangat ekstrim pada aturan-aturan berperilaku yang konvensional, mengembangkan permusuhan pada orang-orang yang dianggap menyimpang dan golongan minoritas. Bagi Indonesia yang menganut sistem demokrasi dalam politiknya, memilih dalam Pemilu

sebenarnya suatu keharusan yang tersirat. Memilih adalah hak bagi setiap pemilih. Setiap pemilih berhak untuk menggunakan atau tidak menggunakan hak suaranya dalam Pemilu. Akan tetapi memilih menjadi suatu keharusan untuk mempertahankan sistem demokrasi. Demokrasi merupakan sistem yang telah dipilih oleh para arsitek bangsa ini dalam menjalankan kehidupan pemerintahannya. Selain itu sebagai warga negara yang juga sebagai generasi penerus bangsa ini, sudah menjadi kewajiban bagi setiap warga negaranya untuk mempertahankan sistem yang telah ada. Karena itulah peran pemilih dalam penggunaan haknya pada Pemilu menjadi sangat penting dalam demokrasi. Robert mengungkapkan bahwa partisipasi publik merupakan aspek yang sangat penting dalam demokrasi dan juga sebagai ciri utama dari masyarakat demokrasi.<sup>34</sup> Oleh sebab itu maka, memilih pada Pemilu menjadi salah satu budaya dan bagian dari nilai tradisional yang dipatuhi dan dijalani oleh masyarakat Indonesia. Kepatuhan terhadap nilai dan budaya ini menjadi bagian dari kepribadian otoritarian. Kepatuhan merupakan konsep dasar otoritarian yang diperoleh individu sejak kecil dari pengajaran langsung orang tuanya. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat otoritarian seseorang adalah lingkungan. Altemeyer (1996) memandang kepribadian otoritarian dari sudut pandang teori belajar sosial yaitu perilaku yang terbentuk dari modeling yang diterimanya, melalui orang tua dan orang-orang sekelilingnya. Pada konsep ini, orang tua menurunkan dan menanamkan norma-norma konvensional dan tradisional kepada anaknya. Penelitian Altemeyer (1996) menyebutkan bahwa individu memulai awal otoritariannya ketika mereka masih kanak-kanak, tetapi ketika remaja mereka menjadi individu yang berotoritarian sedang.<sup>35</sup> Hal ini terjadi karena individu di masa remaja mengalami masa “perselisihan” dengan orang tua dan guru juga pada aparat hukum seperti polisi. Salah satu ciri

---

<sup>34</sup> K. Marijan, *Sistem Politik Indonesia...*, hlm. 58.

<sup>35</sup> B. Altemeyer, *The Authoritarians*, (Cambridge Massachusetts: Harvard University Press, 1996), hlm. 56-68.

perkembangan remaja adalah individu mulai memperoleh perangkat nilai dan sistem etis sebagai pegangan untuk berperilaku dan mengembangkan ideologinya, selain itu di masa ini juga mereka mengalami perubahan-perubahan emosional, sehingga mudah memicu perselisihan atau pemberontakan di antara remaja dengan orang dewasa sekitarnya. Karena itu, Altemeyer (1996) menggolongkan remaja ke dalam golongan moderat atau sedang. Penelitian ini mendukung penelitian Altemeyer (1996) bahwa 71,43% responden yang merupakan remaja dalam penelitian ini memiliki tingkat kepribadian otoritarian sedang.<sup>36</sup>

Perilaku memilih, selain dipengaruhi langsung oleh kepribadian juga secara tidak langsung dipengaruhi oleh kelompok rujukan. Penelitian ini mencoba melihat seberapa besar sumbangan pengaruh kelompok rujukan bagi para pemilih pemula terhadap perilaku memilih, baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui kepribadian otoritarian. Dalam penelitian ini, secara langsung kelompok rujukan tidak mempengaruhi perilaku memilih pada pemilih pemula. Kelompok rujukan hanya mempengaruhi perilaku memilih secara tidak langsung melalui peran orang tua dan teman sebayanya.

Dalam penelitian ini, orang tua dan teman sebaya adalah kelompok rujukan yang mempengaruhi kepribadian otoritarian pemilih pemula. Akan tetapi, hubungan yang terjadi di antara keduanya berbeda. Orang tua berkorelasi positif pada kepribadian otoritarian pemilih pemula, artinya semakin tinggi pengaruh orang tua pada remaja maka semakin tinggi pula tingkat otoritariannya. Sebaliknya semakin rendah pengaruh orang tua pada remaja maka semakin rendah pula tingkat otoritariannya. Penelitian McIntosh. (2007) yang menunjukkan bahwa orang tua membantu remaja dalam membangun pengertian politik

---

<sup>36</sup> E. B. Hurlock, *Developmental Psychology: A Life-Span Approach*, terj. Istiwidayanti., *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1999), hlm. 69.

mereka.<sup>37</sup> Orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku memilih remaja. Memilih bagi pemilih pemula merupakan tugas pertama mereka sebagai warga negara. Proses memilih disejajarkan dengan proses membeli karena itu, memilih merupakan membeli barang atau produk atau jasa yang tidak biasa karena terkait dengan sistem nilai individu, sehingga orang tua lebih berperan sebagai kelompok rujukan bagi mereka terkait dengan penanaman nilai-nilai dasar pada diri remaja.

Teman sebaya pada remaja berkorelasi negatif terhadap kepribadian otoritarian remaja. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi pengaruh teman maka semakin rendah tingkat otoritarian remaja, sebaliknya semakin rendah pengaruh teman pada remaja maka semakin tinggi tingkat otoritariannya. Teman sebaya bagi pemilih pemula yang masih pada tahap remaja akhir berperan penting pada kepribadian otoritariannya. Teman menjadi rival bagi orang tua dalam menerapkan nilai-nilai pada remaja, karena itu remaja kehilangan otoritariannya di masa ini. Nickerson dan Nagle (2005) juga mengungkapkan bahwa masa remaja merupakan masa pencarian otonomi dan keterlepasan dari orang tua, karena itu remaja mulai lebih banyak berpaling kepada teman sebayanya. Dalam penelitian ini ditunjukkan bahwa teman sebaya sebagai salah satu kelompok rujukan bagi pemilih pemula memiliki pengaruh langsung terhadap kepribadian otoritarian pemilih pemula. Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa pengaruh teman terhadap kepribadian otoritarian sebesar  $-0,203$  ( $\beta = -0,203$ ;  $p < 0,05$ ). Semakin tinggi pengaruh teman maka semakin rendah tingkat kepribadian otoritarian pada pemilih pemula. Sebaliknya, semakin rendah pengaruh dari teman maka tingkat kepribadian otoritarian pada pemilih pemula menjadi tinggi.

---

<sup>37</sup> H. McIntosh dkk., "The Influence Of Family Political Discussion On Youth Civic Development: Which Parent Qualities Matter?", *Political Science and Politics* 2007, <http://www.apsanet.org>, dikases pada 17 Mei 2012 pukul 12.09 WIB.

Remaja dilaporkan menjadi lebih dekat kepada orang tua mereka, ketika mereka dihadapkan pada nilai-nilai yang lebih dalam sedangkan, peran teman sebaya lebih pada area permukaan dan sosial seperti konsep gaya dan perasaan tentang sekolah. Penelitian Childers dan Rao (1992) menunjukkan bahwa keluarga lebih berperan sebagai kelompok rujukan pada pilihan produk yang sifatnya *private*, sedangkan, teman lebih berpengaruh pada produk publik seperti baju, sepatu dan sebagainya. Teman bagi remaja cenderung untuk mempengaruhi dalam hal rasa atau selera seperti dan minat, misalnya dalam hal berpakaian, cara bicara dan perilaku sosial akan tetapi, orang tua bagi remaja dianggap sebagai sosok yang mempengaruhi nilai-nilai dasar perilaku mereka.

## **E. Penutup**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian otoritarian secara langsung mempengaruhi perilaku memilih pemilih pemula. Kelompok rujukan dalam penelitian ini juga diketahui tidak memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku memilih pada pemilih pemula tetapi kelompok rujukan secara tidak langsung melalui kepribadian otoritarian mempengaruhi perilaku memilih pemilih pemula. Kelompok rujukan yang berperan langsung mempengaruhi kepribadian otoritarian pada pemilih pemula adalah orang tua dan teman sebaya.

Berdasarkan kesimpulan di atas saran yang bisa diajukan dalam rangka sosialisasi politik kepada remaja adalah bahwa pihak yang terkait bisa melibatkan atau membidik orang tua sebagai agen sosialisasi politik yang efektif dalam mensosialisasikan perilaku memilih kepada pemilih pemula. Orang tua dipandang sebagai kelompok rujukan yang paling efektif untuk memberikan pendidikan politik pada anak mereka. Orang tua menanamkan nilai-nilai politik pada anak-anaknya dan menjadi fasilitator bagi anak-anak mereka dalam menjalankan tugas dan peran awal remaja sebagai warga negara.

Kegiatan sosialisasi politik di kalangan remaja juga bisa melibatkan remaja itu sendiri sebagai agen sosialisasi politik dengan mengemas politik sebagai sesuatu yang menarik sehingga para agen dari remaja bisa mengajak teman-teman sebayanya untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik. Misalnya, untuk mengantisipasi lonjakan golput yang tinggi di kalangan remaja pada saat Pemilu Pilpres (pemilihan presiden), pihak terkait bisa menjadikan remaja sebagai duta Pemilu yang bertugas memberikan informasi terkait Pemilu, mengajak teman-temannya untuk tidak golput dan lain-lain.

### Daftar Pustaka

- A. Akmaluddin. 2008. "Inkonsistensi Partai Politik Dalam Penerapan UU No. 10 tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum". *Jurnal Politika*. Vol. 1 No. 2 Desember.
- Altemeyer, B. 1996. *The Authoritarians*. Cambridge Massachusetts: Harvard University Press.
- Bearden W. O. dan M. J. Etzel. 1982. "Reference Group Influence On Product And Brand Purchase Decisions". *Journal of Consumer Research*. Vol. 9 No. 9 Januari.
- Camilleri, S. F. 1959. "A Factor Analysis of The F-Scale". *Social Forces Journal*. Vol. 37 No. 4 April.
- Chapman, R. G. & K. S Palda. 1983. "Electoral Turnout In Rational Voting And Consumptions Perspectives". *Strategic Management Journal*. Vol. 9 No. 3 April.
- Childers, T. L. dan A. R. Rao. 1992. "The Influence of Familial And Peer-Based Reference Groups on Consumer Decisions". *Journal of Consumer Research*. Vol. 19 No. 8 Januari.
- Firmanzah. 2008. *Pemasaran Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Fuhrman, B. S. 1990. *Adolescence*. London: Scott Foresman.
- H. Schoen & Schumann S. Personality Traits. 2007. "Partisan Attitudes. And Voting Behavior: Evidence From Germany". *Political Psychology Journal*. Vol. 28 No. 4 April.
- Hofstetter, C. R. Zukin dan T. Buss. 1978. "Political Imagery and Information in an Age of Television". *Journalism Quarterly*. Vol. 55 No. 2 Maret.
- Hurlock, E. B. 1999. *Developmental Psychology: A Life-Span Approach*. terj. Istiwidayanti. dkk.. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Immelman, A. 1993. "The Assessment Of Political Personality: A Psychodiagnostically Relevant Conceptualization and Methodology". *Political Psychology Journal*. Vol. 14 No. 4 April.
- J. Dawley dan K. Portney. 2012. "Parental Influences on The Political Behavior of College Students". *National Survey of Political and Civic Engagement of Young People Survey*. <http://ase.tufts.edu/polsci/faculty/portney/research/StudentsPoliticalCivic.htm>. diakses 18 Juli 2012 pukul 22.00 WIB.
- Jones, M. dan K. Portney. 2007. "Parental Influence on The Political Participation of Young People". *Survey Political Behavior Of Young People*. <http://ase.tufts.edu/polsci/faculty/portney/research/StudentsPoliticalCivic.htm>. diakses pada 17 Mei 2012 pukul 05.09 WIB.
- Kotler, P. & Armstrong. G. (1994). *Principles of marketing*. Sixth edition. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Loudon D. L. dan A. J. D. Bitta. 1984. *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Marijan, K. 2010. *Sistem Politik Indonesia: Konsolidasi Demokrasi Pasca-Orde Baru*. Jakarta: Kencana Press. 2010.
- McIntosh, H. dkk.. 2007. "The Influence Of Family Political Discussion On Youth Civic Development: Which Parent Qualities Matter?". *Political Science and Politics 2007*. <http://www.apsanet.org>. diakses pada 17 Mei 2012 pukul 12.09 WIB.
- Newman, B. dan J. Seth. 1985. A Model of Primary Voter Behavior. *Journal of Consumer Research*. Vol. 12 No.2 Januari 1985.
- Pistolos. 2009. "Political Marketing And It's Impact on Voting Behavior in Greece : An Analysis of The Greek Electorate's Voting Behavior, Political Studies Association 2009". <http://www.psa.ac.uk/2009/pps/Pistolos.pdf>. diakses pada 24 Mei 2012. pukul 12.09 WIB.
- Quintelier, E. 2011. *Political Socialization Among Young People: Evidence From A Two Year Panel Study*. Paper Presented At The Pidop Conference 'Engaged Citizens? Political Participation And Civic

Engagement Among Youth. Women. Minorities And Migrants. Centre for Political Research. K.U.Leuven. Belgia.

R. Carlos. dkk.. 2012. *Youth Voting Behavior*. <http://www.isu.com/indiana-stateuniversity/com602/methods/of/research/creativity>. diakses pada 17 Mei 2012 pukul 23.00 WIB.

Santrock, J. W. 2007. *Remaja*. Jakarta: Erlangga.

Schiffman, L. dan L. L. Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Perkasa.

Seiden, R. dan K. Portney. 2012. Parental Influences On The Political Ideologies Of Young People. *National Survey of Political and Civic Engagement of Young People Survey*. <http://ase.tufts.edu/polsci/faculty/portney/researchStudentsPoliticalCivic.htm>. diakses pada 22 Mei 2012 pukul 19.00 WIB.

Shea, D. M. dan R. Harris. 2006. Why Bother? Because Peer To Peer Programs Can Mobilize Young Voters. *Political Science and Politics Journal*. Vol. 39 No.2 Februari.

Suciska, W. 2008. "Menjadi Pencuri Hati Rakyat Merayu Sekaligus Mendidik Pemilih dengan Politic Marketing". *Jurnal Observasi*. Vol. 6 No. 1. Maret 2008.

Suryabrata, S.. 2003. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

