

## Hubungan Antara *Bandwagon Effect* Dan Popularitas Kandidat Dengan Perilaku Pemilih Pemula Di Kecamatan Dimembe

FEBRYAN E. H. WULLUR<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Institut Agama Kristen Negeri Manado, Minahasa, Indonesia

<sup>1</sup> [febrywullur33@gmail.com](mailto:febrywullur33@gmail.com)

Artikel history

Received	Revised	Accepted	Published
<p><b>Kata Kunci :</b></p> <p><i>Bandwagon Effect</i>, Popularitas Kandidat, Perilaku Pemilih Pemula, Literasi Politik</p>	<p><b>Abstrak</b></p> <p><i>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Bandwagon Effect dan popularitas kandidat terhadap perilaku pemilih pemula di Kecamatan Dimembe. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan teknik analisis regresi linier berganda dan Pearson Correlation. Sampel sebanyak 100 responden dipilih secara acak dari mahasiswa Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Manado dan masyarakat sekitarnya yang berstatus sebagai pemilih pemula. Hasil analisis menunjukkan bahwa Bandwagon Effect tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku memilih pemula. Hal ini menandakan bahwa kecenderungan mengikuti arus mayoritas belum cukup kuat untuk memengaruhi keputusan politik mereka. Sebaliknya, popularitas kandidat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pemilih pemula. Menunjukkan bahwa semakin populer seorang kandidat, semakin besar kemungkinan ia akan dipilih oleh pemilih pemula. Secara simultan, kedua variabel hanya mampu menjelaskan 5,8% variasi perilaku pemilih pemula. Hasil ini menunjukkan bahwa selain dua faktor tersebut, masih ada variabel lain yang turut memengaruhi keputusan politik pemilih pemula seperti afiliasi keluarga, isu-isu lokal, atau tingkat literasi politik.</i></p>		
<p><b>*Corresponding Author:</b></p> <p><b>FEBRYAN E. H. WULLUR<sup>1</sup></b> Institut Agama Kristen Negeri Manado Email : <a href="mailto:febrywullur33@gmail.com">febrywullur33@gmail.com</a></p>			

Febryan E. H. Wullur. Hubungan Antara *Bandwagon Effect* Dan Popularitas Kandidat Dengan Perilaku Pemilih Pemula Di Kecamatan Dimembe. (2025). *Endunamou: Jurnal Psikologi*, 1(2), 11-23.

### PENDAHULUAN

Pada pemilu 2024, seorang komedian ternama Alfiansyah Komeng berhasil mendapatkan kursi Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Jawa Barat. Komeng unggul sangat jauh dengan total 5,3 juta suara dibandingkan dengan pesaingnya Aanya Rina Casmayanti (1,9 juta suara) dan Jihan Fahira (1,8 juta suara). Devi Darmawan seorang pengamat politik, berpendapat bahwa kejadian ini menunjukkan politik Indonesia yang berfokus pada popularitas dan citra figur. Karena para pemilih lebih mempercayai sosok yang dianggap familiar dan dekat dengan kehidupan masyarakat (Firmansyah, 2024). Dalam Pemilu 2024, banyak survei yang dirilis sebelum pemilihan diduga berpihak pada suatu pihak atau partai. Sosiolog UGM, Sunyoto berpendapat sebagian survei sengaja dibuat untuk menggiring opini publik dengan menonjolkan elektabilitas kandidat tertentu (CNN Indonesia, 2024). Misalnya, survei yang disponsori oleh pihak tertentu mungkin menggunakan cara yang bias, seperti memilih penjawab yang cenderung memihak atau menggunakan pertanyaan yang mengarah pada jawaban yang sudah diatur. Mereka menganggap angka elektabilitas yang tinggi sebagai salah satu faktor "kualitas" kandidat, tanpa mempertanyakan apakah survei tersebut memenuhi standar ilmiah atau sekadar alat kampanye terselubung.

Pemilih pemula yang umumnya merujuk pada kelompok masyarakat yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum sering kali menjadi fokus kajian dalam studi perilaku politik. Kelompok ini biasanya terdiri dari individu berusia 17–25 tahun yang belum memiliki pengalaman memilih sebelumnya, sehingga keputusan politik mereka cenderung dipengaruhi oleh dinamika sosial, pendidikan, dan paparan informasi yang relatif baru. Secara konseptual, perilaku pemilih pemula tidak hanya mencerminkan preferensi individu, tetapi juga interaksi antara faktor internal (seperti pengetahuan politik dan nilai-nilai personal) dengan faktor eksternal, seperti pengaruh keluarga, media sosial, atau strategi kampanye partai politik (Assidiq et al., 2023).

Penelitian dalam lima tahun terakhir menyoroti berbagai aspek perilaku pemilih pemula di Indonesia. Studi tentang Pemilihan Bupati Polewali Mandar (2019–2024) mengungkap bahwa pemilih pemula di daerah tersebut cenderung memilih berdasarkan afiliasi keluarga atau keinginan untuk menghindari tekanan sosial (Rustan & Ariffin, 2019). Sementara itu, di tingkat nasional, penelitian lain menemukan bahwa mahasiswa sebagai bagian dari pemilih pemula memiliki antusiasme tinggi tetapi sering kali terjebak dalam polarisasi politik akibat narasi yang tidak seimbang di media sosial (Hutasoit et al., 2022). Karakteristik seperti usia, tingkat pendidikan, dan paparan informasi digital juga terbukti memengaruhi orientasi politik mereka.

Di Indonesia, perilaku pemilih pemula sering kali ditandai oleh kerentanan terhadap manipulasi dan ketidakstabilan preferensi politik. Banyak penelitian menunjukkan bahwa kelompok ini mudah dimanfaatkan oleh partai politik atau politisi untuk kepentingan calon, seperti penggalangan massa secara instan tanpa pendidikan politik yang memadai (Rachmat & Esther, 2016). Di sisi lain, sebagian pemilih pemula justru cenderung apatis atau memilih golput (tidak menggunakan hak suara) karena merasa tidak terwakili oleh calon yang ada atau kurangnya pemahaman tentang sistem demokrasi. Fenomena ini terlihat dalam Pilkada Manado 2020, di mana keputusan pemilih pemula di Kecamatan Sario lebih dipengaruhi oleh popularitas kandidat atau isu-isu lokal ketimbang program kerja yang jelas (Mukuan, 2022). Hal ini menunjukkan betapa rentannya generasi muda terhadap berbagai pengaruh dalam membuat pilihannya saat memilih calon pemimpin mereka di masa depan. Sehingga dapat disimpulkan selain dari strategi partai dalam mempromosikan calon mereka, teman sebaya pemilih pemula juga turut memberikan pengaruh. Salah satu contohnya yaitu pemilih pemula cenderung mengikuti pilihan teman-temannya.

Dalam psikologi fenomena ini disebut sebagai *Bandwagon Effect*. *Bandwagon Effect*, istilah yang berasal dari praktik politik Amerika pada abad ke-19, merujuk pada fenomena di mana individu cenderung mengikuti tindakan atau opini mayoritas tanpa analisis kritis (Dewi et al., 2023). Istilah ini populer melalui slogan "*jump on the bandwagon*" yang digunakan dalam kampanye politik untuk menarik massa. Secara umum, *Bandwagon Effect* menggambarkan kecenderungan seseorang menyesuaikan diri dengan tren, gaya, atau perilaku dominan di masyarakat, baik karena tekanan sosial maupun keinginan untuk diterima. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada ranah sosial tetapi juga merambah ke bidang ekonomi, politik, dan budaya, di mana popularitas suatu hal menjadi pemicu utama partisipasi individu (Dewi et al., 2023).

Fenomena *Bandwagon Effect* terlihat jelas dalam berbagai aspek kehidupan global. Misalnya, tren diet seperti keto atau vegan sering diadopsi massal karena pengaruh media sosial dan selebritas, meski tidak semua individu memahami dasar ilmiahnya. Di sektor keuangan, investor pemula di Indonesia kerap terjebak dalam euforia pasar modal hanya karena melihat kerabat atau influencer berinvestasi, tanpa analisis risiko yang memadai (Hasanah et al., 2019). Secara global, penelitian oleh Kelly (2022) menunjukkan bahwa 60% keputusan konsumen dipengaruhi oleh rekomendasi kelompok, bukan kebutuhan pribadi (Ningsih & Fikriah, 2023). Generasi muda yang baru pertama kali menggunakan hak suara cenderung memilih figur atau partai yang sedang tren di media sosial, seperti yang terjadi pada Pemilu 2024. Survei dari Pintu Academy di tahun 2022 menemukan bahwa 45% pemilih muda menentukan pilihan berdasarkan popularitas kandidat di platform digital, bukan visi-misi yang jelas. Fenomena ini diperparah oleh algoritma media sosial yang memprioritaskan konten viral, sehingga membatasi paparan informasi alternatif (Nuswantoro, 2017). Akibatnya, keputusan politik menjadi kurang rasional dan lebih didasarkan pada persepsi kepopuleran semu.

Banyak remaja menganggap partisipasi dalam tren politik sebagai bagian dari identitas sosial, seperti menggunakan baju atau stiker bergambar kandidat untuk menunjukkan "kekinian". Fenomena ini diperkuat oleh strategi kampanye yang memanfaatkan influencer dan meme politik, yang menyederhanakan isu kompleks menjadi konten hiburan (Adrian, 2024). Sayangnya, hal ini berpotensi mengikis kemandirian berpikir dan memperkuat polarisasi, karena pemilih cenderung hanya mengikuti opini kelompok tanpa dialog kritis (Nuswantoro, 2017).

Popularitas kandidat merujuk pada tingkat pengenalan dan perhatian publik terhadap figur politik tertentu, yang sering kali menjadi penentu awal dalam kontestasi elektoral. Secara konseptual, popularitas tidak hanya diukur dari seberapa sering nama atau wajah kandidat muncul di media, tetapi juga dari kemampuan mereka membangun kedekatan emosional dengan pemilih melalui strategi komunikasi yang kreatif (Arlidya et al., 2019). Di berbagai negara, fenomena ini kerap dikaitkan dengan *coattail effect*, di mana popularitas seorang kandidat utama mampu menarik dukungan untuk partai atau kandidat lain dalam satu paket pemilu (Cahyono & Hidayat-Sardini, 2021). Namun, popularitas juga bisa bersifat semu, terutama ketika dibangun melalui pencitraan instan tanpa diimbangi rekam jejak yang jelas, sehingga memicu skeptisisme publik (Suardi, 2017). Fenomena ini semakin kompleks dengan munculnya kandidat dari kalangan selebritas, yang memanfaatkan ketenaran mereka untuk menarik simpati pemilih, meski tidak jarang dianggap kurang substansial (Yulanda et al., 2023). Penelitian yang dilakukan Nurcholish (Musticho et al., 2024) di Surabaya mengungkap bahwa kandidat dengan strategi konten kreatif di TikTok memiliki tingkat keterpilihan 2,3 kali lebih tinggi daripada calon dengan rekam jejak baik tapi minim eksposur digital.

Kecamatan Dimembe merupakan salah satu wilayah administratif di Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara. Secara administratif, kecamatan ini terbagi menjadi 11 desa/kelurahan, dengan pusat pemerintahan berada di Desa Dimembe. Data terakhir menunjukkan jumlah penduduk sekitar 25.000 jiwa dengan mayoritas berasal dari suku Minahasa (Wicaksono & Perdata, 2022). Terdapat juga komunitas kecil suku Bajo (pelaut) dan pendatang dari daerah lain di Sulawesi. Sebagian besar masyarakat bekerja di sektor pertanian, perikanan, dan perdagangan skala kecil. Masyarakat Dimembe memegang teguh adat

Minahasa, dengan sistem kekerabatan mapalus (gotong royong) yang masih kuat. Mayoritas penduduk beragama Kristen Protestan, dengan gereja menjadi pusat aktivitas sosial. Berdasarkan data dari Kantor Komisi Pemilihan Umum di Provinsi Sulawesi Utara menunjukkan bahwa ada 38% pemilih di atas usia 17 tahun di Kecamatan Dimembe yang merupakan pemilih pertama kali, yang lebih tinggi daripada rata-rata nasional (28%) (Wicaksono & Perdata, 2022). Pada kecamatan Dimembe, survei awal peneliti terhadap 20 orang pemilih pemula menunjukkan bahwa sebagian besar subjek percaya bahwa calon dengan "like" terbanyak di media sosial "pasti menang", dan hanya beberapa yang mampu menyebutkan salah satu program kerja kandidat.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif korelasional, Hardani menjelaskan umumnya metode korelasional hanya menafsirkan dua variabel saja, sehingga tidak sampai meneliti hubungan kausalitas (Hardani et al., 2020). Penelitian ini dilakukan di sebelas desa di Kecamatan Dimembe, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilih pemula di Kecamatan Dimembe, Penelitian ini menggunakan 100 sampel dengan teknik non-probability sampling melalui metode purposive sampling, di mana pemilihan sampel didasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditetapkan untuk responden. Proses pengumpulan data akan menggunakan 3 alat instrumen untuk mengukur variabel (*Bandwagon Effect*), variabel (Popularitas Kandidat), dengan variabel (Perilaku Pemilih). Maka digunakanlah pengumpulan data dengan teknik pembagian instrumen penelitian berupa kuisioner. Skor jawaban responden yang dipakai dalam penelitian ini yaitu berdasarkan skala likert.

## HASIL DAN DISKUSI

### Deskripsi Data

Total responden yang mengisi kuisioner yang dibagikan peneliti selama bulan maret-juni berjumlah 100 orang, yang terbagi menjadi 44% (44 responden) berjenis kelamin Perempuan dan 56% (56 responden) berjenis kelamin laki-laki.

### 1. Domisili Responden

Dari 11 desa di Kecamatan Dimembe, para responden terbagi sebagai berikut:

**Tabel Persebaran Responden**

No.	Desa	Responden	Persentase
1	Matungkas	24	24%
2	Laikit	31	31%
3	Dimembe	19	19%
4	Tetey	4	4%
5	Warukapas	5	5%
6	Tatelu	3	3%
7	Tatelu Rondor	1	1%
8	Pinilih	1	1%
9	Klabat	1	1%
10	Wasian	2	2%

11	Lumpias	2	2%
----	---------	---	----

Berdasarkan tabel persebaran responden, dari total 100 responden, desa Laikit memiliki jumlah terbanyak dengan 31 responden (31%), diikuti oleh Matungkas dengan 24 responden (24%), dan Dimembe dengan 19 responden (19%), sementara sisanya tersebar di delapan desa lainnya secara tidak berpola, dengan persentase bervariasi mulai dari 1% hingga 5%.

## 2. Pilihan Politik

Dari 3 Paslon Presiden, berikut persentase masing-masing calon:

**Tabel Pilihan Politik**

No.	Paslon	Responden	Persentase
1	Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar	9	9%
2	Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming raka	87	87%
3	Ganjar Pranowo – Mahfud MD	4	4%

Berdasarkan data survei terhadap 100 responden mengenai preferensi pasangan calon presiden, mayoritas besar responden memilih pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka dengan total 87 orang atau 87%, sementara pilihan untuk pasangan Anies Baswedan – Muhammadiyah Iskandar didukung oleh 9 responden atau 9%, dan pasangan Ganjar Pranowo – Mahfud MD hanya mendapatkan 4 responden atau 4%. Persebaran ini menunjukkan dominasi yang sangat tinggi dari pasangan Prabowo – Gibran di antara responden, jauh mengungguli dua paslon lainnya.

## 3. Alasan Memilih

Dalam penelitian ini, peneliti juga mencantumkan dalam angket apa alasan responden memilih calon tersebut. Berikut persebarannya:

**Tabel Alasan Memilih**

No.	Alasan	Responden	Persentase
1	Pilihan Mayoritas Kelompok Sosial	13	13%
2	Keterkaitan secara personal dengan pasangan tertentu	13	13%
3	Pemaparan Visi dan Misi yang sejalan dengan yang saya inginkan	55	55%
4	Kekecewaan saya terhadap pemerintahan sekarang, sehingga perlu adanya perbaikan	9	9%
5	Hanya Ikut-ikutan saja	10	10%

Berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden, pemahaman visi dan misi yang sejalan dengan harapan pribadi menjadi alasan utama, dengan 55 responden (55%) mengungkapkan hal tersebut. Selanjutnya, dua alasan lain yang cukup signifikan adalah pilihan mayoritas kelompok sosial dan keterikatan secara personal dengan pasangan tertentu, masing-masing diungkapkan oleh 13 responden (13%). Sementara itu, 9 responden (9%) menyatakan bahwa kekecewaan terhadap pemerintahan saat ini menjadi faktor dalam pemilihannya, dan 10 responden (10%) menjawab bahwa mereka hanya ikut-ikutan saja tanpa alasan khusus.

## Pengujian Persyaratan Analisis

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi menyebar secara normal. Asumsi normalitas sangat penting agar estimasi regresi tidak bias dan inferensi statistik dapat dilakukan secara sah. Menurut Hardani distribusi residual yang normal menunjukkan bahwa model regresi linier yang dibangun telah memenuhi asumsi klasik dan dapat digunakan untuk memprediksi dengan akurasi yang lebih baik (Hardani et al., 2020).

**Tabel Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
	Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N	100	100	100
Asymp Sig. (2-tailed)	.121	.200	.200

Sumber Tabel: SPSS 27

Berdasarkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov, dapat dilihat bahwa semua nilai signifikansi berada di atas batas 0.05, yaitu sebesar 0.121 untuk kolom pertama (X1), 0.200 untuk kolom kedua (X2), dan 0.200 untuk kolom ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak berbeda secara statistik dari distribusi normal.

### 2. Uji Linearitas

Metode yang peneliti gunakan untuk mendeteksi gejala linearitas data adalah *deviation from linearity*. Dimana jika nilai sig. deviation from linearity >0,05 berkesimpulan uji linearitas sudah terpenuhi.

**Tabel Uji Linearitas**

		Sig.
<i>Bandwagon Effect</i> dan Perilaku Pemilih Pemula	Linearity	.356
Popularitas Kandidat dan Perilaku Pemilih Pemula	Linearity	.643

Sumber Tabel: SPSS 27

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah teknik statistik yang digunakan untuk memastikan apakah terdapat korelasi linear yang tinggi antara variabel independen dalam model regresi (Hardani et al., 2020). Metode umum untuk mendeteksi multikolinearitas melibatkan analisis nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor*

(VIF), di mana nilai VIF di atas 10 atau *Tolerance* di bawah 0,1 biasanya menunjukkan adanya korelasi kuat antar variabel independent

**Tabel Uji Multikolinearitas**

Coefficients			
Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.559	1.788
	X2	.559	1.788

Sumber Tabel: SPSS 27

Berdasarkan hasil analisis statistik yang dilakukan, nilai *Tolerance* untuk variabel X1 dan X2 masing-masing sebesar 0,559, sementara nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk kedua variabel tersebut adalah 1,788. Nilai *Tolerance* yang lebih besar dari batas kritis 0,1 dan nilai VIF yang jauh di bawah ambang batas 10 menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linier yang terlalu kuat antara kedua variabel independen tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa multikolinearitas tidak menjadi masalah dalam model regresi berganda yang digunakan.

#### 4. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah bagian dari asumsi klasik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat ketidaksamaan varian residual atau kesalahan pengganggu pada seluruh pengamatan dalam model regresi linear (Hardani et al., 2020).

**Tabel Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients						
Unstandardized Coefficients				standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.027	.073			
	X1	.013	.024	.074	.548	.585
	X2	.003	.029	.015	.108	.914

Sumber Tabel: SPSS 27

Berdasarkan table uji heteroskedastisitas diatas, diketahui bahwa nilai Sig X1 sebesar 0,585 dan nilai sig X2 sebesar 0,914. ( $0,585 > 0,05$ ) dan ( $0,914 > 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini gagal tolak  $H_0$  sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

#### Pengujian Hipotesis

##### 1. Uji *Pearson Correlation*

**Tabel Output Uji *Pearson Correlation***

		Sig.	Pearson Correlation
<i>Bandwagon Effect</i> dan Perilaku Pemilih Pemula	Linearity <i>Bandwagon Effect</i> dan Perilaku Pemilih Pemula	.519	.065
Popularitas Kandidat dan	Linearity	.030	.217

Perilaku Pemilih Pemula	Popularitas Kandidat dan Perilaku Pemilih Pemula		
-------------------------	--	--	--

Sumber: SPSS 27

Pengambilan keputusan untuk Uji *Pearson Correlation* adalah jika nilai Sig. (2-tailed) diatas 0,05 maka berkesimpulan ada hubungan secara signifikan. Untuk kuat lemahnya hubungan antar variable, digunakan pedoman berikut:

**Tabel Pedoman Derajat Hubungan**

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang – Cukup kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Maka, berdasarkan data dan pedoman diatas dapat ditarik Kesimpulan berupa hubungan antara X1 dan Y sangat lemah dan tidak signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0.519, sehingga tidak cukup bukti untuk menyatakan adanya korelasi antara keduanya. Sementara itu, korelasi antara X2 dan Y menunjukkan hubungan positif yang lemah dengan koefisien sebesar 0.217 dan nilai signifikansi pada 0.030, mengindikasikan bahwa peningkatan pada LNX2 cenderung diikuti oleh peningkatan pada LNY meskipun dalam intensitas yang tidak terlalu kuat.

## 2. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel Output Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.242	.058	.039	.09961

Sumber Tabel: SPSS 27

Tabel Model Summary menunjukkan hasil ringkasan dari analisis regresi yang dilakukan. Dalam model ini, nilai R sebesar 0.242 mengindikasikan korelasi lemah antara variabel independen (X1 dan X2) dengan variabel dependen. Koefisien determinasi (R Square) mencapai 0.058, yang berarti hanya 5.8% dari variasi data variabel dependen dapat dijelaskan oleh model regresi ini. Nilai Adjusted R Square lebih rendah lagi, yaitu 0.039, menunjukkan bahwa penambahan variabel prediktor ke dalam model tidak secara signifikan meningkatkan kemampuan penjelasannya setelah disesuaikan dengan derajat kebebasan.

## 3. Uji F (Simultan)

**Tabel Output Uji F**

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.060	2	0.30	3.011	.054
Residual	.962	97	0.10		
Total	1.022	99			

Sumber Tabel: SPSS 27

Berdasarkan hasil uji ANOVA yang diperoleh, nilai F hitung sebesar 3.011 dengan tingkat signifikansi 0.054 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan tidak signifikan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hal ini terjadi karena nilai p-value (0.054) lebih besar dari batas signifikansi umum ( $\alpha = 0.05$ ), sehingga hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh simultan dari seluruh variabel independen (LNX1 dan LNX2) terhadap variabel dependen tidak dapat ditolak. Meskipun nilai *Sum of Squares Regression* (0.060) menunjukkan variasi yang mampu dijelaskan oleh model, komponen Residual (0.962) jauh lebih besar, mengindikasikan bahwa sebagian besar variasi data tetap tidak terjelaskan oleh model yang dibangun.

#### 4. Uji T (Parsial)

Tabel Output Uji T

Coefficients						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	(Constant)	3.019	.117		25.796	<.001
	X1	-0.41	.038	-.141	-1.074	.286
	X2	.111	.047	.311	2.363	.020

Sumber Tabel: SPSS 27

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, tabel koefisien menunjukkan bahwa variabel dependen LNY dipengaruhi oleh dua variabel independen, yaitu LNX1 dan LNX2. Model regresi yang terbentuk adalah:

$$\underline{\underline{LNY = 3.019 - 0.041 (LNX1) + 0.111 (LNX2)}}$$

Nilai konstanta (3.019) signifikan secara statistik (p-value < 0.001), mengindikasikan bahwa ketika kedua variabel independen bernilai nol, nilai LNY diperkirakan sebesar 3.019.

Variabel LNX1 memiliki koefisien regresi negatif (-0.041) dengan p-value 0.286 (>0.05), sehingga pengaruhnya terhadap LNY tidak signifikan. Hal ini disertai nilai Beta (-0.141) yang kecil, menunjukkan hubungan negatif lemah antara LNX1 dan LNY. Sebaliknya, LNX2 memiliki koefisien positif (0.111) dengan p-value 0.020 (<0.05), menggambarkan pengaruh positif dan signifikan terhadap LNY. Nilai Beta (0.311) lebih besar dari LNX1 menunjukkan bahwa LNX2 memberikan kontribusi relatif lebih besar dalam menjelaskan variasi LNY.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah terkait hubungan antara *Bandwagon Effect* (X1), Popularitas Kandidat (X2), dengan Perilaku Pemilih Pemula (Y) di Kecamatan Dimembe.

#### ***Bandwagon Effect* dengan Perilaku Pemilih Pemula**

Berdasarkan hasil analisis menggunakan Uji Pearson Correlation pada penelitian ini, ditemukan bahwa hubungan antara *Bandwagon Effect* dan Perilaku Pemilih Pemula tidak menunjukkan korelasi yang

signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun secara teoritis *Bandwagon Effect* diasumsikan mampu memengaruhi keputusan pemilih untuk mengikuti tren mayoritas, dalam konteks pemilih pemula di Kecamatan Dimembe pengaruh tersebut tidak terkonfirmasi secara statistik. Hal ini dapat dijelaskan oleh beberapa faktor, seperti karakteristik pemilih pemula di Dimembe yang cenderung lebih kritis dalam memproses informasi politik yang berarti pemilih pemula di tempat ini tidak serta-merta menelan informasi yang mereka dapatkan begitu saja; struktur komunitas lokal yang stabil yang berarti para pemilih di Dimembe tidak anarkis dan lebih menghargai pilihan orang lain; serta kemungkinan keterbatasan data yang tidak mencerminkan dinamika sosial yang lebih luas. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian dari Dafis Ubaidillah Assidiq yang menyebutkan bahwa pemilih pemula (usia muda) cenderung lebih selektif dan kritis dalam memproses informasi politik dibandingkan pemilih yang lebih tua, Mereka tidak mudah terbawa tren mayoritas (Assidiq et al., 2023). Dengan demikian, hubungan antara *Bandwagon Effect* dan perilaku pemilih pemula dalam penelitian ini tidak terbukti secara signifikan, meskipun arah hubungan tetap sesuai dengan hipotesis awal (negatif).

### **Popularitas Kandidat dengan Perilaku Pemilih Pemula**

Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara Popularitas Kandidat dengan Perilaku Pemilih Pemula. Temuan ini mengonfirmasi bahwa pemilih pemula di Dimembe lebih cenderung memilih kandidat yang memiliki citra positif, rekam jejak yang terlihat kompeten, atau visibilitas tinggi dalam media. Faktor seperti keterbatasan akses informasi, cara pemilih memandang kemampuan atau kejujuran kandidat, dan efek kesan baik dari popularitas menjadi alasan utama mengapa hubungan antara ketenaran kandidat dan perilaku pemilih pemula terbentuk. Misalnya, banyak pemilih pemula memilih kandidat hanya karena sering melihat wajah atau namanya di baliho atau media sosial, padahal mereka tidak tahu detail program kerja kandidat tersebut. Selain itu, jika kandidat dikenal dekat dengan tokoh agama atau sering muncul dalam kegiatan sosial, masyarakat langsung menganggapnya kompeten atau jujur, meskipun belum ada bukti nyata. Contoh lain adalah efek halo. Seorang kandidat yang dulunya artis atau atlet populer bisa mendapat banyak suara karena pemilih menganggap ketenaran di bidang hiburan atau olahraga otomatis membuatnya layak memimpin, meski pengalamannya di politik minim. Hasil ini didukung oleh penelitian Amanda Prasetyawati yang menyatakan bahwa pemilih pemula cenderung memilih kandidat berdasarkan orientasi pada policy problem solving dan citra positif kandidat (Prasetyawati & Adi, 2021). Popularitas kandidat tidak hanya mencerminkan daya tarik personal tetapi juga dipandang sebagai indikator kemampuan mereka dalam memenuhi harapan masyarakat, terutama bagi pemilih pemula yang masih membangun kerangka referensi politiknya.

### ***Bandwagon Effect* dan Popularitas Kandidat dengan Perilaku Pemilih Pemula**

Berdasarkan hasil dari uji analisis regresi linear berganda, mengenai hubungan simultan antara *Bandwagon Effect* dan Popularitas Kandidat terhadap Perilaku Pemilih Pemula mengindikasikan bahwa model secara keseluruhan tidak signifikan. Meskipun Popularitas Kandidat memberikan kontribusi individual yang signifikan, kombinasi kedua variabel tidak cukup kuat untuk menjelaskan variasi perilaku pemilih secara bersama-sama. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel independen dan

dependen lebih bersifat parsial daripada simultan, dengan kemungkinan adanya variabel moderasi lain yang memengaruhi dinamika tersebut, seperti afiliasi keluarga, isu lokal, atau literasi politik responden. Selain itu, rendahnya nilai R Square (0.058) menunjukkan bahwa model hanya mampu menjelaskan 5.8% variasi data, sehingga diperlukan eksplorasi lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor lain yang turut membentuk perilaku pemilih pemula. Penelitian lain oleh Ayu Febri Puspita Sari menunjukkan bahwa dalam dinamika perilaku politik pemilih pemula, ada kemungkinan adanya variabel moderasi seperti literasi politik, tingkat pendidikan, atau ikatan ideologis yang memperkuat atau melemahkan pengaruh *Bandwagon Effect* (Puspitasari, 2014). Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan bahwa hubungan antara *Bandwagon Effect* dan perilaku pemilih pemula tidak terbukti signifikan, sementara hubungan antara popularitas kandidat dan perilaku pemilih pemula terkonfirmasi secara statistik. Adapun hubungan simultan kedua variabel terhadap perilaku pemilih juga tidak signifikan,

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa yang disebutkan di atas sebelumnya, maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Bandwagon Effect* dan Perilaku Pemilih Pemula di Kecamatan Dimembe. Koefisien korelasi sebesar 0,065 dengan p-value 0,519 ( $>0,05$ ) mengindikasikan bahwa tren mayoritas atau pengaruh sosial kolektif tidak secara statistik memengaruhi preferensi pemilih pemula. Hal ini dapat dijelaskan oleh karakteristik pemilih pemula di wilayah tersebut yang lebih kritis dalam memproses informasi politik, struktur komunitas lokal yang stabil, serta kemungkinan keterbatasan data yang tidak mencerminkan dinamika sosial yang lebih luas. Temuan ini selaras dengan penelitian Assidiq dan kawan-kawan tahun 2023, yang menyatakan bahwa pemilih pemula cenderung lebih selektif dan tidak mudah terbawa arus mayoritas. Meskipun arah hubungan sesuai dengan hipotesis awal (negatif), pengaruh *Bandwagon Effect* tidak terkonfirmasi secara empiris dalam konteks ini.
2. Adanya hubungan positif dan signifikan antara Popularitas Kandidat dengan Perilaku Pemilih Pemula. Dengan koefisien korelasi 0,217 dan p-value 0,030 ( $<0,05$ ), semakin tinggi popularitas kandidat, semakin besar kecenderungan pemilih pemula mendukungnya. Faktor seperti visibilitas di media, citra positif, serta efek halo (misalnya, ketenaran kandidat sebagai mantan artis atau atlet) menjadi daya tarik utama bagi pemilih pemula yang masih membangun kerangka referensi politiknya. Contoh konkret menunjukkan bahwa pemilih pemula sering memilih kandidat hanya karena sering melihat wajahnya di televisi atau media sosial tanpa memahami program kerjanya. Temuan ini mendukung penelitian Prasetyawati dan Adi tahun 2021, yang menyebutkan bahwa pemilih pemula lebih rentan terhadap orientasi citra positif kandidat dibandingkan kedalaman kebijakan.
3. Tidak ditemukan adanya hubungan yang signifikan antara *Bandwagon Effect* (X1) dan Popularitas Kandidat (X2) dengan Perilaku Pemilih Pemula (Y). Berdasarkan hasil uji ANOVA yang diperoleh, nilai F hitung sebesar 3.011 dengan tingkat signifikansi 0.054 menunjukkan bahwa model regresi secara

keseluruhan tidak signifikan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hal ini terjadi karena nilai p-value (0.054) lebih besar dari batas signifikansi umum ( $\alpha = 0.05$ ), sehingga hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh simultan dari seluruh variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen tidak dapat ditolak. Model hanya mampu menjelaskan 5,8% variasi data (R Square = 0,058), mengindikasikan perlunya eksplorasi variabel moderasi lain, seperti afiliasi keluarga, isu lokal, atau literasi politik. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan perilaku pemilih pemula bersifat parsial, bukan simultan. Penelitian Puspitasari & Suharyono (2014) turut mendukung temuan ini, yang menyebutkan bahwa tingkat pendidikan atau ikatan ideologis dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh *Bandwagon Effect*. Dengan demikian, dinamika perilaku pemilih pemula lebih kompleks dan memerlukan pendekatan multidimensional untuk pemahaman yang lebih mendalam.

## REFERENSI

- Adrian, K. (2024). *Bandwagon Effect, Istilah Untuk Orang Yang Suka Ikutan Tren*. Alodokter.
- Arlidya, R., Jaya, M., & Dison, R. (2019). Analisis Penggunaan Pantun Sebagai Komunikasi Politik Untuk Meningkatkan Popularitas Kandidat. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan Daerah*, 1(1), 52–60.
- Assidiq, D. U., Ambarwati, D., & Imron, M. (2023). Perilaku Politik Pemilih Pemula Menjelang Pemilu 2024 Di Kabupaten Malang. *International Seminar On Islamic Education & Peace*, 3, 259–267.
- Cahyono, A. D., & Hidayat-Sardini, N. (2021). Pengaruh Popularitas Calon Presiden Dan Wakil Presiden Terhadap Kehadiran Dan Preferensi Memilih Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019 Di Kecamatan Magelang Utara, Kota Magelang. *Journal Of Politic And Government Studies*, 10(3), 328–343.
- CNN Indonesia. (2024). *Sosiolog Ungkap “Bandwagon Effect” Di Pilpres 2024*. CNN Indonesia.
- Dewi, J., Dharmayana, Sriwahyuningsih, & Rapiadi. (2023). Bandwagon Effect Pada E-Commerce Dalam Perspektif Buddhis. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 4953–4958.
- Firmansyah, M. (2024). *Komeng Jadi Pemenang Perolehan Suara DPD Jabar Usai Raih 5,3 Juta Suara*. Asumsi.Co.
- Hardani, N. H. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istioqmah, R. R., Fardani, R., & Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif. In *Uinsu Press*.
- Hasanah, A., Yulinda, Y., & Yuniasih, H. (2019). Analisis Pengaruh Bandwagon Effect Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 15(2), 101–107.
- Hutasoit, A. F., Sitanggang, A., Putri, K. D., Purba, N. Y., & Agustin, T. A. (2022). Antusiasme Mahasiswa Sebagai Pemilih Pemula Menuju Pemilu 2024. *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang*, 4(1), 149–154.
- Mukuan, F. E. (2022). Perilaku Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Walikota Manado 2020. *Politico: Jurnal Ilmu Politik*, 11(2), 29–44.
- Musticho, A. W., Salsabilla, I. A., Laila, R., & Sari, M. A. (2024). Peran Pemilih Pemula Melalui Ruang Digital Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pemilihan Umum 2024. *Verfassung: Jurnal Hukum Tata Negara*, 2(2), 169–186.
- Ningsih, N. N. F., & Fikriah, N. L. (2023). Viral Marketing, Bandwagon Effect Dan Keputusan Pembelian: Integrasi Mekanisme Pemeditasian Perilaku Konsumtif. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 19(2).

- Nuswantoro, A. R. (2017). Media Massa Dalam Situasi Konflik: Dari Bandwagon Effect Sampai Peace Narrative. *Jurnal Aspikom*, 1(6), 503–516.
- Prasetyawati, A., & Adi, A. S. (2021). Perilaku Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Kepala Daerah 2020 Pada Masa Pandemi Covid--19 Di Kota Surabaya. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*, 9(2), 309–323.
- Puspitasari, A. F. (2014). Pengaruh Marketing Mix Dan Bandwagon Effect Terhadap Brand Equity Dan Voting Intention Dalam Kandidat Pemilihan Umum Presiden Dan Wakil Presiden 2014. *Reformasi*, 4(2).
- Rachmat, B., & Esther, E. (2016). Perilaku Pemilih Pemula Dalam Pilkada Serentak Di Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang Tahun 2015. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widyapraja*, 42(2), 25–35.
- Rustan, I. R., & Ariffin, M. (2019). Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat Periode 2019-2024. *Mitzal (Demokrasi, Komunikasi Dan Budaya): Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 4(2).
- Suardi, S. (2017). Mencermati Pilihan Rakyat Antara Popularitas Dalam Integritas Semu. *Jurnal Dakwah Risalah*, 28(2), 69–75.
- Wicaksono, P., & Perdata, I. R. D. (2022). *Kecamatan Dimembe Dalam Angka Dimembe Subdistrict In Figures 2022*. Bps Kabupaten Minahasa Utara.
- Yulanda, A., Fitriasia, A., & Ofianto, O. (2023). Fenomena Rekrutmen Artis Sebagai Calon Legislatif Ditinjau Dari Perspektif Aksiologi. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 7(1), 141–154.