Society

Society, 9 (2), 430-439, 2021
P-ISSN: 2338-6932 | E-ISSN: 2597-4874
https://society.fisip.ubb.ac.id

Perangkap Agama dan Etnik: Melatarbelakangi Niat Memilih Pemilih Milenial

Jhon Retei Alfri Sandi
Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Palangka Raya, 27111, Palangka Raya, Provinsi Kalimantan Tengah, Indonesia
Korespondensi: jhonrete@fisip.upr.ac.id

INFO ARTIKEL

Info Publikasi:
Artikel Hasil Penelitian

Sitasi Cantuman:
Sandi, J. R. A. (2021). Religion and Ethnicity Traps: Behind the Intention to Vote of Millennial Voters. Society, 9(2), 410-419.

DOI: *10.33019/society.v9i2.344*

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh Society

OPEN ACCESS

Artikel dengan akses terbuka.

Lisensi: Atribusi-NonKomersial-BerbagiSerupa (CC BY-NC-SA)

Dikirim: 20 Oktober, 2021;
Diterima: 30 November, 2021;
Dipublikasi: 31 Desember, 2021;

ABSTRAK

Pemilih milenial merupakan komunitas potensial yang menjadi sasaran strategis bagi pasangan calon kontestasi pemilukada untuk meraup pundi-pundi suara. Pendekatan kampanye yang menggunakan sentimen agama dan etnis merupakan strategi alternatif. Penelitian ini melihat agama dan etnisitas yang mempengaruhi niat memilih pemilih milenial. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linier berganda. Sampel penelitian diambil secara acak sesuai kriteria sehingga dianalisis jawaban dari 280 responden. Hasil penelitian menemukan bahwa agama berpengaruh signifikan terhadap niat pemilih milenial, sedangkan etnisitas tidak mempengaruhi niat pemilih milenial. Pemilih milenial cenderung tidak tertarik pada politik praktis.

Kata Kunci: *Agama; Etnik; Niat Memilih; Pemilihan*

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh **Society**. Artikel dengan akses terbuka. Lisensi: CC-BY-NC-SA.

1. Pendahuluan

Di berbagai acara kegiatan pemilihan langsung oleh rakyat, suara pemilih milenial diperebutkan dengan sengit. Persentase pemilih milenial yang relatif potensial menjadi magnet bagi kontestan untuk berkonsentrasi mengelola basis massa ini. Hampir semua kontestan politik berlomba-lomba menggalang dukungan untuk mempengaruhi perilaku memilih kaum milenial. Pemilih milenial adalah pemilih yang unik. Perilaku situasi masa kini mempengaruhi keunikan akibat perubahan situasi dan kondisi, perkembangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, globalisasi, dan demokratisasi, yang mengubah cara berperilaku, bertindak, psikologi dalam mengambil keputusan yang berbeda dari generasi sebelumnya (Zachara, 2020).

Perubahan situasi dan kondisi lingkungan sosial politik, ekonomi, budaya, dan keamanan akibat berbagai kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mempengaruhi pemilih milenial dalam memaknai aktivitas politik dan sistem politik. Perilaku politik seseorang sangat dipengaruhi oleh latar belakang individu tersebut (Zachara, 2020). Latar belakang individu akan membentuk orientasi nilai yang ingin dicapai. Nilai dan tujuan dibentuk di dalam dan oleh proses perilaku yang menjadi bagiannya. Tujuannya adalah untuk mencapai masa depan, mengantisipasi, berhubungan dengan masa lalu dengan mempertimbangkan sejarah (Varma, 2016). Demikian pula, agama dan etnis mempengaruhi sikap individu, tindakan, keputusan, dan partisipasi politik.

Apakah agama dan etnis mempengaruhi niat memilih pemilih milenial? Studi tentang pemungutan suara memberikan referensi tentang bagaimana dan mengapa individu membuat keputusan pemilihan tertentu mengenai perilaku memilih. Profesi, karakter etnis, jenis kelamin, kasta, usia, agama, isu, partai, kampanye, dan kredibilitas pemimpin menentukan keputusan demokratis pemilih. Elemen-elemen tersebut menjadikan perilaku pemilih harus mengambil keputusan sebagai perilaku memilih dalam pemilu (Gul Said *et al.*, 2021).

2. Kajian Pustaka

2.1. Pemilih Milenial

Generasi milenial yang dikenal sebagai generasi yang lahir antara tahun 1980-2000 menjadi salah satu senjata utama dalam kontestasi politik. Generasi milenial tumbuh diiringi dengan pertumbuhan gadget pintar seperti komputer, laptop, handphone, dan beberapa teknologi lainnya. Generasi ini tidak dapat dipisahkan dan cenderung memiliki kecenderungan yang tinggi terhadap teknologi dan penggunaan internet. Saat ini internet bukan lagi barang langka melainkan kebutuhan primer bagi generasi millennial (Setiawan *et al.*, 2020).

Di Indonesia, generasi milenial dianggap memiliki peran penting dalam politik. Dari sisi politik, generasi milenial dinilai memiliki suara yang harus diperhitungkan dan akan dibutuhkan di masa depan. Dalam pendidikan politik, untuk mencapai demokrasi yang baik, generasi milenial mendapatkan proses pembelajaran demokrasi yang lebih matang dibandingkan generasi tua ((Setiawan *et al.*, 2020).

Pemilih milenial yang mencerminkan perilaku gaya komunikasi politik anak muda memanfaatkan ruang keterbukaan informasi dan kemajuan teknologi informasi melalui jejaring media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, Twitter, dan lain-lain. Menciptakan relasi sosial, ekonomi, politik, dan budaya baru bagi komunitas milenial serta mengangkat narasi dan peradaban perilaku politik anak muda. Generasi milenial kritis terhadap apa yang dilihat dan dirasakan (Alfaruqy, 2019). Bersikap agresif dan responsif, tetapi cenderung ceroboh dan bertindak tidak rasional.

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh **Society**. Artikel dengan akses terbuka. Lisensi: CC-BY-NC-SA.
https://doi.org/10.33019/society.v9i2.344

2.2. Perilaku Pemilih Memilih

Konsepsi perilaku pemilih dalam pemilu atau pemilihan kepala daerah erat kaitannya dengan konsep perilaku politik. Perilaku pemilihan untuk memilih wakil rakyat yang duduk dalam lembaga atau pimpinan politik merupakan perilaku politik, mengingat perilaku politik adalah perilaku yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memenuhi hak dan kewajiban seseorang insan politik. Negara mewajibkan setiap individu yang memenuhi syarat untuk melaksanakan hak dan kewajibannya melakukan perilaku politik, termasuk memberikan suara untuk memilih wakil rakyat atau pemimpin (Setiadi & Kolip, 2013).

Perilaku memilih (*voting behavior*) merupakan keputusan pemilih dalam menyalurkan hak pilihnya kepada kandidat baik dalam kontestasi pemilihan legislatif maupun eksekutif. Perilaku memilih berawal dari ketertarikan pemilih terhadap isu-isu yang berkembang dalam komunikasi politik kandidat, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk memutuskan memilih atau tidak memilih (Alfaruqy, 2019).

Afan Gafar merumuskan 4 (empat) variabel yang berhubungan dengan perilaku pemilih dalam pemilu/pemilihan kepala daerah, yaitu: Pertama, keyakinan sosio-religious (*socio-religious beliefs*); Kedua, identifikasi partai (*party identification*) sangat bergantung pada masalah psikologis; Ketiga, pola kepemimpinan (*the pattern of leadership*); Keempat, kelas dan status sosial (Mufti, 2013). Pada kelompok milenial, variabel-variabel tersebut juga mempengaruhi perilaku memilih. Agama dan etnisitas menjadi kajian yang mendalam mengingat kedua faktor keyakinan sosio-religius tersebut sangat mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Hal ini terkait dengan aktivitas politik seperti pemilihan kepala daerah, yang dilakukan langsung oleh rakyat di negara berkembang yang multietnis dan multiagama.

2.3. Agama dan Etnik Melatarbelakangi Niat Memilih

Agama memiliki arti penting bagi manusia dan dapat mempengaruhi bagaimana manusia menjalani kehidupannya. Pada banyak orang, agama adalah dasar untuk mengenal diri sendiri dan memainkan peran utama dalam banyak keputusan yang dibuat oleh manusia (Ishiyama & Breuning, 2013). Agama tetap hidup sebagai kekuatan politik dari bawah ke atas untuk memotivasi gerakan politik (Ishiyama & Breuning, 2013). Dalam konteks politik lokal, agama sering dijadikan alat legitimasi dan justifikasi oleh sebagian elit untuk kepentingan politiknya (Halim, 2014). Demikian pula dalam istilah Yunani *ethnos*, etnik diterjemahkan sebagai bangsa. Itu dipahami sebagai komunitas orang-orang yang berbagi bahasa atau budaya yang sama. Esensi kelompok etnis didasarkan pada keyakinan subjektif tentang komunitas umum. Keyakinan yang membentuk kelompok dan motivasi untuk membentuk kelompok tersebut bermula dari keinginan untuk memperoleh kekuasaan politik, yang menyatakan bahwa: pemilih memilih kandidat berdasarkan etnis karena mereka percaya bahwa kandidat dari etnis yang sama akan melindungi dan menjadi patron. Identitas etnis menunjukkan bahwa memilih kandidat etnis atau partai etnis tertentu akan memberi pemilih lebih banyak manfaat daripada memilih kandidat atau partai dari kelompok etnis lain (Ishiyama & Breuning, 2013).

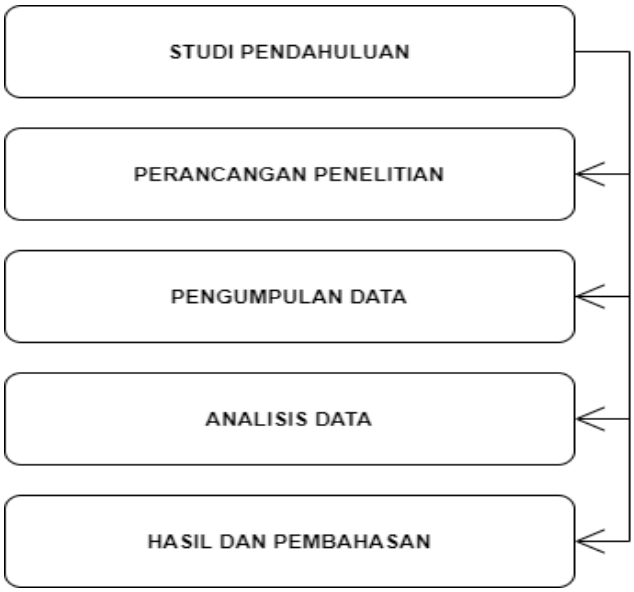
Hanya anggota kelompok etnis itu sendiri yang dapat membela kepentingan kelompok etnis secara keseluruhan. Anggota suku lain tentu tidak akan membela diri. Dalam konteks politik lokal, dalam pilkada, banyak tokoh agama yang mencalonkan diri sebagai kepala daerah telah menyampaikan mobilisasi agama, simbol budaya dalam jargon kampanye, eksploitasi karisma, nama besar organisasi keagamaan, popularitas lembaga pendidikan agama lain secara politis (Harris, 2015). Niat bagi pemilih adalah keyakinan, perilaku, dan norma pada setiap individu. Pemungutan suara pada saat pemilihan merupakan niat yang direncanakan setiap individu tergantung pada pemahaman dan kecenderungan sosial, partai politik, dan keputusan

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh **Society**. Artikel dengan akses terbuka. Lisensi: CC-BY-NC-SA.
https://doi.org/10.33019/society.v9i2.344

psikologis lainnya (Saleem *et al.*, 2021). Orang-orang dari peradaban yang berbeda memiliki pandangan yang berbeda tentang hubungan antara Tuhan dan manusia, individu dan kelompok, warga negara dan negara, orang tua dan anak-anak, suami dan istri, serta perbedaan pandangan tentang kepentingan relatif hak dan tanggung jawab, kebebasan dan otoritas, kesetaraan dan hierarki (Huntington, 2020). Pengelompokan etnis sering menjadi populasi politik, dan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa etnis berkontribusi dalam politik, terutama dalam pemilihan umum (Saleem *et al.*, 2021).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dan beberapa variabel bebas dibentuk berdasarkan studi literatur yang dilakukan. Pengumpulan dan pengolahan data menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS Versi 24. Berikut alur penelitian seperti yang ditunjukkan pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Alur Penelitian

Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah agama dan etnis, sedangkan variabel terikatnya (dependen) adalah niat pemilih.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel Independen	**Studi Pustaka**
Agama	(Huntington, 2020),(Gul Said et al., 2021)
Etnik	(Saleem et al., 2021)
Variabel Dependen	**Studi Pustaka**
Niat Pemilih	(Saleem et al., 2021)

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei melalui kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menentukan sampel yang dipilih dari populasi untuk memperoleh data kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa di kota Palangka Raya. Rasio

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh **Society**. Artikel dengan akses terbuka. Lisensi: CC-BY-NC-SA.
https://doi.org/10.33019/society.v9i2.344

OPEN ACCESS

sampel-ke-variabel menyarankan rasio pengamatan-ke-variabel minimum 5:1, tetapi rasio 15:1 atau 20:1 lebih disukai (Hair *et al.*, 2018). Ini berarti bahwa meskipun minimal lima responden harus dipertimbangkan untuk setiap variabel independen dalam model, 15 hingga 20 responden untuk observasi per variabel independen sangat disarankan (Memon *et al.*, 2020). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu agama dan etnis, sehingga berdasarkan rumus menggunakan rasio 20:1 dapat ditentukan sampel minimal 40 orang. Roscoe menyarankan bahwa ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 cocok untuk sebagian besar studi perilaku (Sekaran & Bougie, 2016).

Analisis data pada tahap awal dilakukan dengan menguji nilai validitas dan reliabilitas alat ukur atau alat korelasi Pearson Product Moment. Suatu alat ukur dikategorikan reliabel (handal) jika dapat mengukur secara konsisten atau stabil meskipun diajukan pada waktu yang berbeda (Creswell, 2014). Semua instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari batas yang telah ditentukan. Berikut ini adalah persamaan 2 dari Cronbach Alpha.

$$a = \frac{k}{k-1}\left(\frac{\sum s_i}{s_t}\right)$$

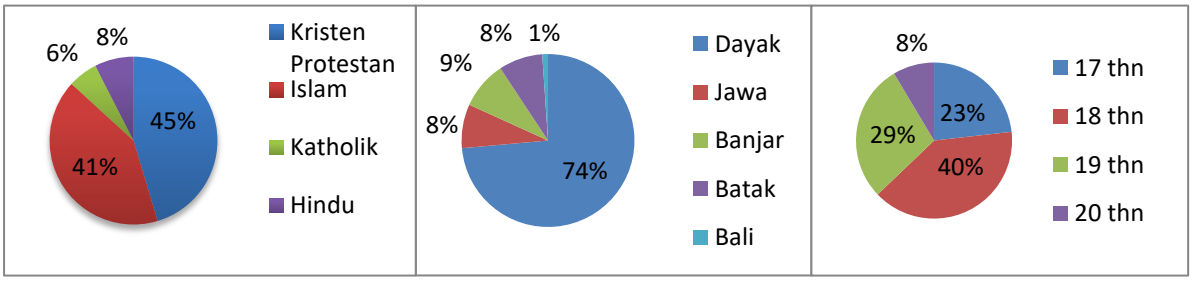
Persamaan 2. Cronbach Alpha

Metode analisis yang digunakan untuk menghitung pengaruh religiositas dan etnisitas terhadap perilaku pemilih adalah metode regresi berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Faktor agama dan etnis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku memilih pemilih dalam pemilihan kepala daerah. Komponen-komponen tersebut termasuk dalam kelompok faktor sosio-religius atau keyakinan sosial-keagamaan. Kepercayaan diri merupakan variabel signifikan yang mempengaruhi pilihan seseorang terhadap partai politik (Gaffar, 1992, sebagaimana dikutip dalam Mufti 2013).

Meneliti signifikansi pengaruh kedua faktor tersebut, jawaban dari 280 pemilih milenial berusia 17-20 dianalisis dari kuesioner yang disebarkan secara *online* dengan persentase pemilih beragama Kristen Protestan 45% (127 orang), Islam 41% (116 orang), Katolik 6% (16 orang), Hindu 8% (21 orang); identitas etnis Dayak 74% (206 orang), Jawa 8% (23 orang), Banjar 9% (25 orang), Batak 8% (23 orang), Bali 1% (3 orang); dan kategori umur 17 tahun 23% (65 orang), 18 tahun 40% (111 orang), 19 tahun 29% (80 orang) dan 20 tahun 8% (24 orang) seperti terlihat pada diagram:



Gambar 2. Profil Sebaranan Demografis Responden

Dari 128 responden kategori pemilih milenial, 134 responden pernah mengikuti pilkada, dan 146 responden belum pernah mengikuti pilkada. Dari 146 responden tersebut, mereka

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh **Society**. Artikel dengan akses terbuka. Lisensi: CC-BY-NC-SA.
https://doi.org/10.33019/society.v9i2.344

OPEN ACCESS

termasuk pemilih pemula yang telah memasuki usia untuk memilih pada pemilihan umum/pilkada 2024.

Dua puluh satu item ditanyakan untuk 3 (tiga) variabel yang diuji yaitu variabel Niat dengan 3 (tiga) item pertanyaan, variabel agama dengan 9 (sembilan) item pertanyaan, dan variabel etnis dengan 9 (sembilan) item ditambahkan dengan pertanyaan sebaran profil demografi responden. Hasil penyusunan analisis jawaban responden dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Jawaban Responden

	Pertanyaan Niat Memilih	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	***Mean***
1	Sebagai pemilih pemula, saya akan memilih dan mempergunakan hak pilih pada Pilkada Gubernur/Wakil Gubernur 2024 mendatang?	3	3	17	35	222	**4,68**
2	Saya akan ikut proaktif mengawal jalannya pelaksanaan pilkada jujur dan adil melalui pemberian informasi/laporan kecurangan pelaksanaan Pilkada?	4	8	29	59	180	**4,44**
3	Saya akan ikut aktif menjadi relawan salah satu calon?	46	34	99	39	62	**3,13**
	Pertanyaan Agama	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	***Mean***
1	Nilai-nilai ajaran agama yang saya anut sangat mempengaruhi sikap dan tindakan hidup saya?	10	6	15	42	207	**4,54**
2	Saya senang dengan orang yang seagama dengan saya menjadi pimpinan daerah?	32	25	98	45	80	**3,41**
3	Saya akan memberikan bantuan uang, tenaga dan pikiran pada pasangan calon yang seagama dengan saya?	124	64	61	9	22	**2,08**
4	Saya akan memberikan dukungan politik kepada pasangan calon yang seagama dengan saya?	74	39	104	30	33	**2,68**
5	Saya akan ikut berkampanye dan menjadi relawan untuk pasangan calon yang seagama dengan saya?	71	56	106	18	29	**2,56**
6	Pimpinan daerah yang tidak seagama, cenderung bersikap mementingkan kelompoknya?	78	53	79	32	38	**2,64**
7	Saya akan membiarkan kecurangan atau pelanggaran pilkada karena pasangan calon seagama dengan saya?	210	33	19	8	10	**1,48**
8	Saya senang jika pasangan calon yang seagama dengan saya terpilih meskipun melakukan pelanggaran/kecurangan yang besar ?	221	24	15	7	13	**1,45**
	Pertanyaan Etnik	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	***Mean***
1	Saya sangat bangga dengan identitas kesukuan saya?	2	5	16	42	215	**4,65**
2	Saya akan berbuat apa saja untuk kepentingan kelompok suku saya?	26	27	93	67	67	**3,44**
3	Hidup dan bergaul dengan orang-orang sesama sesuku saya sangat menyenangkan?	12	13	72	64	119	**3,95**
4	Saya tidak senang dengan pimpinan daerah yang tidak sesuku dengan saya?	121	64	61	10	24	**2,11**

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh **Society**. Artikel dengan akses terbuka. Lisensi: CC-BY-NC-SA.
https://doi.org/10.33019/society.v9i2.344

	Pertanyaan Etnik	1	2	3	4	5	Mean
5	Saya akan memberikan bantuan uang, tenaga dan pikiran pada pasangan calon yang satu suku dengan saya?	114	69	57	16	24	**2,17**
6	Saya akan ikut berkampanye dan menjadi relawan untuk pasangan calon yang satu suku dengan saya?	75	56	91	24	34	**2,59**
7	Saya akan memberikan dukungan politik kepada pasangan calon yang satu suku dengan saya?	53	51	106	25	45	**2,85**
8	Saya akan membiarkan kecurangan atau pelanggaran pilkada karena pasangan calon satu suku dengan saya?	207	33	24	0	16	**1,52**

Untuk membuktikan instrumen penelitian yang digunakan, dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner yang telah disebar. Uji validitas digunakan untuk mengukur kelayakan instrumen. Kriteria uji validitas membandingkan r hitung dengan r tabel dengan = 0,05. Jika hasil perhitungan r hitung r tabel, maka penilaian tersebut valid. Namun, jika r hitung r tabel dianggap tidak valid, pernyataan pada kuesioner tidak dapat digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini nilai r tabel sebesar 0,0981.

Tabel 3. Uji Validitas

Pertanyaan	Nilai Validitas	Keterangan	Pertanyaan	Nilai Validitas	Keterangan
1	0,658	Valid	11	0,753	Valid
2	0,729	Valid	12	0,313	Valid
3	0,778	Valid	13	0,684	Valid
4	0,240	Valid	14	0,600	Valid
5	0,620	Valid	15	0,668	Valid
6	0,769	Valid	16	0,773	Valid
7	0,776	Valid	17	0,785	Valid
8	0,765	Valid	18	0,788	Valid
9	0,527	Valid	19	0,710	Valid
10	0,716	Valid			

Langkah selanjutnya adalah mengukur reliabilitas instrumen penelitian. Nilai Cronbach Alpha instrumen penelitian ini sebesar 0,892 atau 89,2% dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of *Items*
0,892	19

Setelah instrumen penelitian berhasil diuji validitas dan reliabilitasnya, langkah selanjutnya adalah mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam hal ini variabel yang akan diuji adalah variabel agama dan etnis terhadap niat memilih. Metode regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh dua variabel bebas terhadap variable terikat.

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh **Society**. Artikel dengan akses terbuka. Lisensi: CC-BY-NC-SA.
https://doi.org/10.33019/society.v9i2.344

Tabel 5. Hasil Uji Variabel

Model	*Unstandarized B*	*Std.Error*	*Standarized Coefficients Beta*	Nilai t	Sig
(*Constant*)	11,112	0.484		22,983	0,000
Agama	**0,064**	**0,29**	**0,203**	**2,226**	**0,027**
Suku	-0,012	0,28	-0,040	-0,434	0,665

Pada Tabel 4 adalah hasil uji regresi. Jika mengacu pada data di atas, penelitian ini menemukan bahwa variabel agama memiliki nilai t-hitung > nilai t tabel (2,226 > 1,6504) dan nilai sig < 0,05 (0,027 < 0,05), sehingga dapat dikatakan bahwa variabel agama berpengaruh niat untuk memilih. Sedangkan variabel etnis tidak berpengaruh karena nilai t hitung < t tabel (-0,434 <-1,6504) kemudian nilai sig > 0,05 (0,665> 0,005) arah variabel etnis negatif dimana pengaruh negatif akan terjadi pada niat untuk memilih.

Pemilih milenial yang dalam penelitian ini didominasi oleh pemilih pemula, relatif antusias dalam memilih dan menggunakan hak pilihnya pada Pilkada 2024 (lihat **Tabel 2**, pertanyaan niat memilih, pertanyaan 1). Mereka antusias untuk proaktif dalam mengawal pelaksanaan pilkada yang jujur dan adil (pertanyaan 2) tetapi tidak terlalu antusias untuk terlibat secara praktis dalam pelaksanaan kesukarelaan (pertanyaan 3). Hasil penelitian ini menarik karena perilaku memilih pemilih milenial menunjukkan bahwa faktor etnis tidak berpengaruh signifikan terhadap niat memilih dalam pemilu. Namun, angka signifikannya relatif kecil.

Kelompok pemilih milenial sepertinya tidak tergiring oleh sentimen kesukuan (etnik) yang tinggi. Meskipun pada umumnya mereka bangga dengan identitas etnisnya (lihat **Tabel 2**, pertanyaan etnik, pertanyaan 1), suka tinggal bersama sesama etnis (pertanyaan 3) dan memberikan dukungan politik (pertanyaan 7), mereka tidak mau melakukan praktik politik berlebihan terkait upaya memenangkan calon atau pasangan calon etnis (pertanyaan 2, 8, 9). Pemilih milenial umumnya menerima pemimpin daerah yang tidak memiliki kesamaan etnis (pertanyaan 4) tetapi tidak ingin terlibat dalam politik praktis dengan memberikan dukungan finansial, energi, pemikiran, kesukarelaan, dan kampanye (pertanyaan 5, 6). Pada pemilih milenial, keyakinan subjektif yang membangun solidaritas sesame etnik sebagai salah satu unsur keyakinan sosial-keagamaan tidak terlalu kuat untuk mendorong politik pemilu yang praktis.

Sentimen etnik yang menjanjikan calon dari satu etnik akan melindungi menjadi patron, memberikan manfaat, membela kepentingan kurang mendapat perhatian dari pemilih milenial dalam memotivasi niat untuk memilih etnis sebagai alat yang digunakan oleh individu atau kelompok untuk bersatu, berorganisasi dan bergerak untuk mencapai tujuan yang lebih bersifat politis, kurang berpengaruh terhadap perilaku politik kaum milenial (Ishiyama & Breuning, 2013).

Berbeda dengan sentimen agama, nilai agama masih sangat kuat mempengaruhi sikap dan tindakan hidup dan niat memilih pemilih milenial (lihat **Tabel 2**, pertanyaan agama, pertanyaan 1). Beberapa kelompok milenial sangat senang dengan pemimpin yang seagama, tetapi sebagian besar juga mengatakan senang (pertanyaan 2). Pemilih milenial tidak menyukai praktik politik kotor, memenangkan pasangan calon dengan segala cara (pertanyaan 7, 8, dan 9). Praktik politik praktis seperti memberikan bantuan dana, tenaga, dan pikiran serta berpartisipasi dalam kampanye kurang diminati (pertanyaan 3, dan 5). Kecurigaan terhadap pemimpin daerah yang tidak seagama yang cenderung mementingkan kelompoknya masih

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh **Society**. Artikel dengan akses terbuka. Lisensi: CC-BY-NC-SA.
https://doi.org/10.33019/society.v9i2.344

ada, namun sebagian besar berpendapat tidak demikian (pertanyaan 6). Kelompok milenial relatif memberikan dukungan politik kepada pasangan calon yang seagama (pertanyaan 4).

Agama memiliki arti penting bagi manusia dan dapat mempengaruhi bagaimana manusia menjalani kehidupannya. Agama memainkan peran besar dalam banyak keputusan yang dibuat manusia.

5. Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Pemilih milenial yang mendominasi pemilih pemula sangat antusias melakukan kegiatan pemilu pada Pilkada 2024. (2) Faktor keyakinan sosial keagamaan berupa keyakinan agama dan etnik, secara umum mempengaruhi perilaku hidup dan perilaku memilih pemilih milenial. (3) Dalam kasus penelitian ini, pengaruh sentimen etnik tidak/kurang signifikan terhadap niat memilih pemilih milenial. Sebaliknya, sentimen keagamaan cenderung memotivasi niat memilih pemilih milenial. (4) Pemilih milenial tidak tertarik pada kegiatan politik praktis seperti memberikan uang, tenaga, dan pikiran serta ikut serta dalam kampanye pasangan calon/kandidat yang seagama atau sesama etnik. (5) Pemilih milenial tidak menyukai praktik politik kotor dan menghalalkan segala cara untuk memenangkan calon/pasangan yang seagama dan sesama etnik. (6) Pemilih milenial cenderung lebih terbuka dan menerima pemimpin yang berbeda agama dan etnik.

6. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berkenan bekerjasama selama penelitian ini.

.

7. Pernyataan *Conflicts of Interest*

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepengarangan, dan/atau publikasi dari artikel ini.

Daftar Pustaka

Alfaruqy, M. Z. (2019). Perilaku Politik Generasi Milenial: Sebuah Studi Perilaku Memilih (Voting Behavior): Political Behavior of the Millennial Generation: A Voting Behavior Study. *Jurnal Psikologi Jambi*, *4*(1), 10-15. Retrieved from https://online-journal.unja.ac.id/jpj/article/view/8780

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Singapore: SAGE Publications.

Gul Said, M., Ur Rahman, A., & Yousufi, M. (2021). The Impact Of Religion On Voting Behavior. *Humanities & Social Sciences Reviews*, *9*(2), 14–24. https://doi.org/10.18510/hssr.2021.922

Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Boston, Massachusetts: Cengage Learning.

Halim, A. (2014). *Politik Lokal Pola Aktor dan Alur Dramatikalnya (Perspektif Teori Powercube Modal dan Panggung)*. Yogyakarta, Indonesia: LP2B.

Haris, M. (2015). Partisipasi Politik NU dan Kader Muslimat dalam Lintas Sejarah. *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, *15*(2), 283. https://doi.org/10.21154/al-tahrir.v15i2.267

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh **Society**. Artikel dengan akses terbuka. Lisensi: CC-BY-NC-SA.

Huntington, S. P. (2020). The Clash of Civilizations? *The New Social Theory Reader*, 305–313. Abingdon, UK: Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003060963-50

Ishiyama, J. T., & Breuning, M. (2013). *Ilmu Politik Dalam Paradigma Abad 21*. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group.

Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J. H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample Size for Survey Research: Review and Recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, *4*(2), i–xx. https://doi.org/10.47263/jasem.4(2)01

Mufti, M. (2013). Teori-Teori Politik. Bandung, Indonesia: Pustaka Setia.

Saleem, H., Butt, J., Siddiqui, A., Saleem, S., Lalani, A. S., Bridge, T. C., & Awang, M. (2021). *Behavioural Tendency Analysis towards E-Participation for Voting in Political Elections using Social Web*. *12*(4), 771–794. Retrieved from https://iaeme.com/Home/article_id/IJM_12_04_065

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Ltd.

Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2013). *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta, Indonesia: PT Kencana.

Setiawan, A., Sripokangkul, S., Kamil, M., Shidiqi, I. T., & Hadi, K. (2020). The Influence of Political Actors on Millennial Votes: A Comparative Study of Indonesia, Thailand and the Philippines. *Journal of Research and Development Institute, Rajabhat Maha Sarakham University*, *7*(June), 563–576. Retrieved from https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rdirmu/article/view/240319

Varma, S. (2016). *Teori Politik Modern*. Jakarta, Indonesia: RajaGrafindo Persada.

Zachara, M. (2020). The Millennial Generation in the Context of Political Power: A Leadership Gap? *Leadership*, *16*(2), 241–258. https://doi.org/10.1177/1742715019885704

Tentang Penulis

Jhon Retei Alfri Sandi memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Sosial dari Universitas, Merdeka Malang, pada tahun 2016. Penulis adalah dosen pada Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Palangka Raya**.**
E-Mail: jhonrete@fisip.upr.ac.id

Hak Cipta © 2021. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh **Society**. Artikel dengan akses terbuka. Lisensi: CC-BY-NC-SA.
https://doi.org/10.33019/society.v9i2.344