

STUDI PERILAKU PEMILIH DI INDONESIA: FENOMENA PEMILIH RASIONAL-PRAGMATIS¹

Dr. Ali Nurdin²

1. Pendahuluan

Perhatian terhadap perilaku memilih (*voting behavior*) di Indonesia mengalami peningkatan setidaknya sejak sepuluh tahun terakhir, sejalan dengan era transisi demokrasi yang antara lain ditandai dengan hadirnya pemilihan umum yang bebas dan jujur (*free and fair elections*). Pemilihan umum legislatif tahun 1999 dan pemilihan umum presiden tahun 2004 oleh sementara pihak dipandang sebagai tonggak sejarah yang menandai masuknya Indonesia ke dalam jajaran negara-negara demokrasi.³

Pemilihan umum yang dilakukan secara bebas membuat pemilih lebih independen dalam menentukan pilihan politiknya. Pemilih tidak lagi diasosiasikan dengan partai atau kelompok tertentu.⁴ Dalam situasi yang bebas tersebut hasil pemilihan umum menjadi lebih sulit diperkirakan. Hal ini berbeda dengan pemilu-pemilu pada zaman Orde Baru, dimana peranan dan intervensi pemerintah dalam memobilisasi massa menjelang pemilu terlihat begitu nyata. Dengan jumlah partai yang terbatas, dimana terdapat satu partai dominan, hasil pemilu Orde Baru relatif mudah diperkirakan.⁵ Karena itu, pemilihan umum semasa Orde Baru tidak pernah dikategorikan sebagai “pemilihan umum yang bebas dan jujur”.

Kehadiran lembaga-lembaga survei opini publik yang independen turut memberi kontribusi terhadap meningkatnya perhatian terhadap perilaku memilih di Indonesia. Pemilihan umum yang bebas menuntut adanya pendekatan yang lebih ilmiah untuk mengetahui opini publik dan kecenderungan perilaku memilih. Meski lebih banyak digunakan untuk kepentingan kemenangan pemilu dan pilukada, kehadiran lembaga-lembaga survei opini public membuat konsep perilaku memilih lebih dikenal dalam ranah

¹ Diskusi Perilaku Memilih, Pandeglang, Mei 2011

² Dosen Universitas Mathla’ul Anwar, Banten

³lihat misalnya Bunte, 2009 : 5; Tomsa, 2008 : xii

⁴Lihat Bartels, 2000.

⁵Ghaffar, 1992.

politik Indonesia. Istilah-istilah popularitas (*popularity*) dan elektabilitas (*electability*) kini menjadi kosa kata yang begitu sering didengar dalam konteks kontestasi politik di Indonesia.

Tulisan ini dimaksudkan untuk memaparkan secara ringkas perkembangan studi perilaku memilih di Indonesia serta mengulas kecenderungan pemilih pragmatis yang dianggap sebagai salah satu hal yang dapat menurunkan kualitas demokrasi. Namun terlebih dahulu akan dipaparkan model-model perilaku memilih yang paling banyak dibahas dalam khasanah Ilmu Politik.

2. Perilaku Memilih

Perilaku memilih (*voting behavior*) adalah proses penentuan keputusan seseorang untuk memilih (atau tidak memilih) partai atau kandidat tertentu dalam sebuah pemilihan umum. Menurut Evans, perilaku memilih dapat dilihat dari dua level analisis yang berbeda, yakni level mikro (individu) dan level makro (masyarakat). Studi tentang perilaku pemilih di tingkat mikro yang dilakukan secara agregat dapat menghasilkan data agregat di tingkat regional atau nasional.⁶

Istilah pemilihan atau pemberian suara (*voting*) sebenarnya sudah dikenal dalam terminologi Ilmu Politik sejak lama. Mulai dari Aristoteles sampai De Tocqueville mencantumkan istilah *voting* dalam karya-karya mereka. Namun demikian, studi tentang perilaku memilih secara lebih khusus dan fokus baru dilakukan pada awal abad ke-20. Salah satu di antaranya adalah Siegfried (1913) yang melakukan penelitian mengenai pola pemilihan (*voting patterns*) di Prancis bagian Barat sebelum Perang Dunia I.⁷ Woshinsky mengidentifikasi dua kelompok variabel yang diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku memilih. Pertama adalah variabel objektif, seperti kelas, ras, agama, etnis, jender, tempat tinggal, kedaerahan, dan usia. Kedua adalah perspektif subjektif individu pemilih terhadap dirinya sendiri.⁸ Namun demikian, Woshinsky mengakui bahwa perilaku memilih adalah sesuatu yang kompleks. “Apa yang ada dalam benak pemilih adalah

⁶Evans, 2004 : 3-4

⁷Evans, 2004 : 21

⁸Woshinsky, 2008 : 132. Ia mencontohkan perspektif subjektif individual seperti “saya seorang pekerja”, “saya seorang Katolik”, atau “saya seorang Republikan”.

gabungan antara pengalaman hidup dan pemahaman mengenai pengalaman hidup, yang menentukan di hari pemilihan.”⁹

Dilihat berdasarkan faktor-faktor utama yang mempengaruhi pemilih, Heywood mengelompokkan perilaku pemilih ke dalam empat model, yakni: model sosiologis (*the sociological model*), model identifikasi partai (*the party identifications model*), model pilihan rasional (*the rational choice model*), dan model ideologi dominan (*the dominant ideology model*).¹⁰

Model Sosiologis yang dikembangkan oleh Berelson, Lazarsfeld, dan McPhee (1954) dari Columbia University, Lipset dan Rokkan (1967), serta Butler and Stokes (1971). Model ini percaya bahwa perilaku memilih seseorang ditentukan oleh karakter dan latar belakang sosiologisnya seperti kelas (*class*), agama (*religion*), ras (*race*), bahasa (*language*), dan daerah tempat tinggal (*region*).

Model Identifikasi Kepartaian atau Model Sosial-Psikologis yang dikembangkan oleh Campbell, Converse, Miller, dan Stokes (1960) dari Michigan University. Menurut model ini, preferensi politik seseorang dalam pemilihan umum bukan hanya ditentukan oleh karakteristik sosial pemilih, tetapi juga dipengaruhi faktor-faktor psikologis. Campbell dan kawan-kawan memunculkan konsep identifikasi kepartaian (*party identification* atau *partisanship*) yakni rasa kedekatan dengan partai politik tertentu. Konsep ini menjadi rujukan banyak peneliti yang mengkaji masalah perilaku pemilih sampai hari ini.

Model Pilihan Rasional bersumber pada karya Anthony Downs (1956) dan kemudian dikembangkan antara lain oleh Lewis-Beck (1998). Menurut model yang ketiga ini, perilaku pemilih ditentukan oleh penilaian terhadap keadaan ekonomi-sosial-politik di tingkat individu (*egosentrik*) dan di tingkat lokal-regional-nasional (*sosiotropik*).

Adapun model ideologi dominan percaya bahwa proses manipulasi dan kontrol ideologi akan sangat mempengaruhi preferensi pemilih dalam pemilihan umum.¹¹ Model ini berasal dari negara-negara sosialis yang memiliki jumlah pilihan politik sangat terbatas. Dibandingkan dengan ketiga model lainnya, model ideologi dominan relatif kurang berkembang.

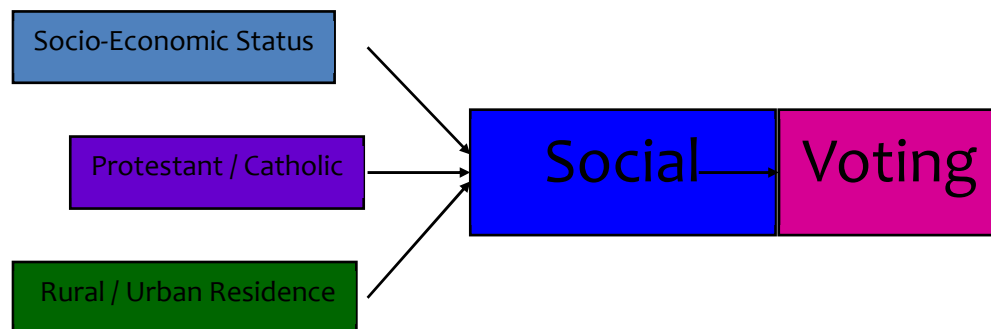
⁹Woshinsky, 2008 : 132

¹⁰Heywood, Andrew. 2007. *Politics*. Third Edition. Palgrave Foundations. New York, hal 266.

¹¹Heywood, 2007 : 268

Model Sosiologis dikembangkan berdasarkan penelitian di Erie County, Ohio, Amerika Serikat, pada awal tahun 1940-an. Paul Lazarsfeld dan kawan-kawan melakukan sedikitnya tujuh panel survei terhadap 600 responden, baik dengan pertanyaan yang sama maupun yang berbeda. Tujuan utam survei tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana perubahan perilaku pemilih selama kampanye pemilihan presiden.¹² Karena dilakukan oleh para peneliti dari Columbia University, maka model ini sering juga disebut Model Columbia. Kesimpulan utama penelitian mereka adalah bahwa perilaku memilih ditentukan latar belakang sosiologis seseorang. Latar belakang sosiologis yang dimaksud antara lain adalah umur, wilayah asal seseorang (misalnya: Jawa, Luar Jawa), tempat tinggal seseorang (misalnya: kota, desa), jenis kelamin, ras dan etnis, status pekerjaan, status sosial-ekonomi, dan orientasi keagamaan.

Model ini juga menyatakan bahwa proses kampanye dan pemberitaan media massa memiliki pengaruh yang kecil terhadap preferensi memilih seseorang, sebab pada saat kampanye dilakukan sebagian besar pemilih sudah memiliki keputusan mengenai kandidat atau partai yang akan mereka pilih. Publikasi awal model sosialogis dapat dilihat *pada The People's Choice* yang ditulis Lazarsfeld, Berelson, Gaudet (1944); serta *Voting* karya Berelson, Lazarsfeld, McPhee (1954). Proses penentuan pilihan dalam Model Sosiologis digambarkan dalam Figur 1 di bawah ini.



Figur 1. Columbia Sociological Model

¹²Bartels, 2009 : 3

Selang beberapa tahun setelah penelitian di Erie County, para peneliti dari Michigan University, melakukan survei secara nasional menjelang pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1948. Survei tersebut pada awalnya dilakukan tidak secara khusus untuk mengetahui perilaku pemilih, melainkan untuk mengetahui opini masyarakat terhadap kebijakan politik luar negeri Amerika Serikat. Namun, *“at the end of these interviews, in order to determine the degree of political interest of the respondents and their general political orientation, had asked respondents whether they planned to vote in the upcoming presidential election and for which party* – pada bagian akhir wawancara, dengan tujuan untuk mengetahui tingkat ketertarikan dan orientasi politik responden secara umum, kepada responden ditanyakan apakah mereka berencana akan memilih pada pemilu presiden yang akan datang dan memilih partai apa.”¹³

Segera setelah pemilu presiden 1948 -- antara lain didorong oleh kegagalan Gallup Poll meramalkan kemenangan Presiden Harry Truman atas Thomas Dewey – Campbell dan kawan-kawan mewawancara kembali para responden untuk mengetahui: (1) proses kristalisasi suara pemilih; (2) mendata karakteristik personal, sikap, dan demografi pemilih dan non-pemilih; dan (3) menilai pengaruh dari sejumlah faktor politik, sosial, dan psikologis terhadap perilaku memilih.¹⁴

Salah satu temuan Mazhab Michigan berdasarkan tiga kali survei menjelang pemilihan presiden AS tahun 1948, 1952, dan 1956 ini adalah bahwa preferensi politik seseorang dalam pemilihan umum sangat ditentukan oleh rasa kedekatannya dengan partai atau ideologi tertentu yang bersifat stabil. *“The principal motivation behind voting in the US is party identification, being a long-term stable psychological affinity for one of the two major parties* – motivasi utama dibalik pemilihan di Amerika Serikat adalah identifikasi kepartaian, menjadi daya rekat psikologis jangka panjang yang stabil terhadap salah satu dari dua partai.”¹⁵

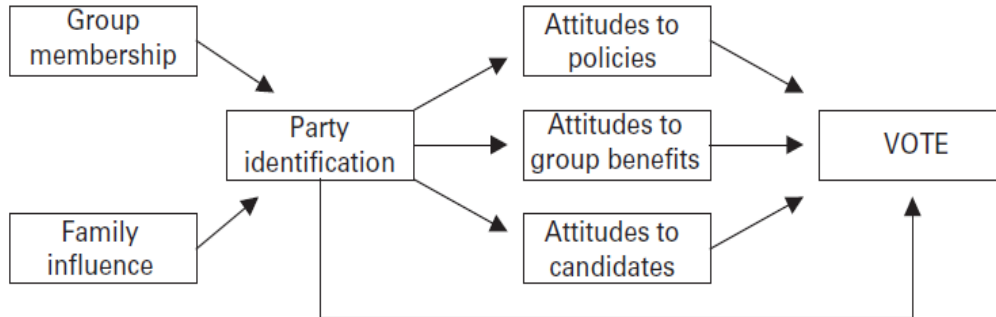
Berbeda dengan para peneliti dari Columbia University, Mazhab Michigan sangat percaya bahwa proses kampanye memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku memilih seseorang. Melalui kampanye para pemilih diperkenalkan kepada kepribadian,

¹³Campbell et. all., 1960; sebagaimana dikutip Bartels, 2009.

¹⁴Campbell et. all., 1960; dalam Bartels, 2009.

¹⁵Campbell, et. all., 1960; dalam Evans, 2004 : 24.

kepemimpinan, dan isu-isu penting yang akan diperjuangkan oleh partai maupun kandidat yang berlaga dalam pemilu. Penelitian Campbell dan kawan-kawan dipublikasikan dalam *The American Voter* (1960) yang masih menjadi rujukan penting dalam studi mengenai perilaku pemilih sampai hari ini. Proses penentuan suara dalam Model Sosio-Psikologis digambarkan dalam Figur 2 di bawah ini.



Figur 2. Michigan Socio-Psychological Model¹⁶

Sementara itu, Model Pilihan Rasional pertama kali diperkenalkan oleh Anthony Downs dalam karyanya *An Economic Theory of Democracy* (1957) dan dikembangkan antara lain oleh Olson dalam *The Logic of Collective Action* (1965). Model pilihan rasional percaya bahwa perilaku memilih seseorang ditentukan berdasarkan evaluasi subjektif terhadap berbagai kondisi (ekonomi-politik-sosial) di tingkat individu maupun masyarakat. Biasanya berlaku prinsip penghargaan (*reward*) dan hukuman (*punishment*) terutama terhadap kandidat petahana (*incumbent*). Jika keadaan ekonomi dan sosial dianggap baik, maka pemilih cenderung memberikan penghargaan dengan memilih kembali kandidat atau partai yang berkuasa. Sebaliknya jika keadaan ekonomi dan sosial dinilai tidak baik, maka pemilih akan menghukum kandidat atau partai yang berkuasa dengan cara memberikan suaranya kepada kandidat atau partai lain.

Evaluasi subyektif pemilih tersebut dapat berlaku secara egosentrik (dari perspektif yang dialami langsung oleh pemilih) maupun secara sosiotropik (penilaian terhadap kondisi makro secara regional maupun nasional). Model pilihan rasional percaya bahwa faktor-

¹⁶Harrop and Miller, 1987: 132.

faktor ekonomi memiliki peranan yang menentukan terhadap perilaku memilih seseorang. Karena itu model ini sering juga disebut model *economic voting*.¹⁷

Menurut Evans, pemilih cenderung memilih partai dan calon atas dasar manfaat yang didapat atau dijanjikan.¹⁸ Manfaat yang diharapkan dari pemberian suara akan bervariasi tergantung latar belakang pemilih. Namun, beberapa diantara faktor yang memotivasi pemilih dapat berupa: manfaat bagi kelompok (misalnya kebijakan tertentu bagi kelas pekerja); keuntungan materi (misalnya penurunan pajak); kompetensi manajerial (misalnya peningkatan kualitas pelayanan publik); fokus pada isu-isu yang relevan (misalnya kebijakan lingkungan untuk mengurangi polusi); dan kekalahan pihak lain (misalnya memilih partai Konservatif untuk menahan partai Sosialis yang dibenci pemilih).

3. Studi Perilaku Memilih di Indonesia

Kajian mengenai perilaku memilih di Indonesia sudah banyak dilakukan, termasuk terhadap pemilu di zaman Orde Baru.¹⁹ Penelitian terhadap perilaku pemilih dalam pemilu paska Orde Baru antara lain dilakukan Taqwa²⁰ dan yang paling mutakhir oleh William Liddle dan Saiful Mujani.²¹

Mulkan²² memetakan perubahan perilaku pemilih umat Islam Indonesia berdasarkan kategorisasi sosio-religius yang diperkenalkan oleh Clifford Gertz, yakni Santri, Abangan, dan Priyayi -- dikenal dengan istilah politik aliran. Dalam penelitian terhadap perilaku memilih di sebuah desa di Sulawesi Selatan, Taqwa menyimpulkan bahwa tokoh agama dan elite politik lokal memiliki pengaruh yang sangat menentukan terhadap perilaku memilih di kalangan komunitas muslim. Mulkan dan Taqwa menggunakan Model Sosiologis dalam menjelaskan perilaku pemilih di Indonesia.

¹⁷Dorussen, Han dan Michael Taylor (eds). 2002. *Economic Voting*. Routledge. London.

¹⁸Evans, 2004 : 5

¹⁹antara lain Mulkan, 1989; Ghaffar, 1992; Kristiadi, 1996.

²⁰Perilaku Memilih dan Politik Kepartaian Pada Pemilu 1999: Penelitian di Desa Pinang Kabupaten Enrekang Sulawesi Selatan.

²¹“Leadership, Party, and Religion: Explaining Voting Behavior in Indonesia.” *Comparative Political Studies*, Volume 40 Nomor 7, Juli 2007 dan “Indonesia: Personalities, Parties, and Voters.” *Journal of Democracy*, Volume 21, Nomor 2, April 2010.

²²Mulkan. 1989. *Perubahan Perilaku Politik dan Polarisasi Umat Islam 1965-1987*. Rajawali Press. Jakarta.

Ghaffar²³ juga menggunakan perspektif politik aliran dan kelas sosial ditambah dengan identifikasi kepartaian dan kepemimpinan untuk menguji konsistensi dan perubahan perilaku pemilih dalam pemilu Orde Baru. Ghaffar memadukan konsep yang diperkenalkan oleh Model Columbia dan Model Michigan sekaligus. Adapun studi Kristiadi²⁴ lebih menekankan pada pendekatan sosial-budaya sebagai penjelasan perilaku memilih dengan mengacu kepada pola anutan dalam budaya paternalistik.

Penelitian yang lebih komprehensif mengenai perilaku memilih di Indonesia dilakukan oleh William Liddle dan Saiful Mujani²⁵ yang berbasis hasil beberapa kali survei perilaku memilih secara nasional. Kedua peneliti tersebut menyimpulkan bahwa perilaku memilih di Indonesia pada Pemilu 1999 dan 2004 sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan dari kandidat yang mencalonkan dan identifikasi kepartaian. Sedangkan faktor-faktor sosiologis, demografis, dan orientasi keagamaan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap perilaku memilih. Dalam penelitian lainnya kedua peneliti mengkonfirmasi menurunnya peran faktor-faktor sosiologis, demografis, dan orientasi keagamaan terhadap perilaku memilih. Dalam Pemilu 2009 pemilih mempertimbangkan faktor-faktor seperti pertumbuhan ekonomi dan kebijakan pemerintah terutama di bidang pendidikan dan kesehatan.²⁶ Meski menggunakan konsep yang diperkenalkan oleh Model Michigan, studi yang dilakukan Liddle dan Mujani mengindikasikan bahwa pemilih Indonesia cenderung semakin rasional.

Model yang dikembangkan *Comparative National Election Project (CNEP)* dalam Pemilu 2004 memasukan sejumlah elemen rasionalitas, dimana pemilih melakukan penilaian (evaluation) terhadap sejumlah aspek seperti kepemimpinan, kinerja pemerintahan, kinerja partai, serta isu dan program yang dijanjikan kandidat. Penelitian CSIS²⁷ menyimpulkan bahwa pemilih Indonesia semakin mampu menilai kinerja pemerintah secara konsisten sesuai dengan realitas hidup mereka.

²³Ghaffar, Affan. 1992. *Javanese Voters: A Case Study of Election Under Hegemonic Party System*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.

²⁴Kristiadi, J. "Pemilihan Umum dan Perilaku Pemilih di Indonesia." *Prisma*, No 3 hal 73-91, Maret 1996.

²⁵"Leadership, Party, and Religion: Explaining Voting Behavior in Indonesia." *Comparative Political Studies*, Volume 40 Nomor 7, Juli 2007

²⁶"Indonesia: Personalities, Parties, and Voters." *Journal of Democracy*, Volume 21, Nomor 2, April 2010.

²⁷CSIS. Perilaku Pemilih Indonesia 2008. Bahan Presentasi Publik. Jakarta 15 Juli 2008.

Kenya menyimpulkan bahwa praktek pembelian suara lebih berpengaruh terhadap masyarakat berpendidikan rendah dibandingkan dengan yang berpendidikan tinggi³².

Kedua, pandangan yang menyatakan bahwa politik uang tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku memilih. Penelitian Vicente dan Wantchekon (2009), misalnya, menyimpulkan bahwa pembelian suara tidak memberikan dampak yang efektif bahkan di antara pemilih miskin di daerah yang pembangunan ekonominya terhitung rendah. Mereka juga menyimpulkan bahwa “... indicate that the use (by politicians) and effects (on voters) of vote buying can be controlled with civic campaigns around elections.” Dalam penelitian di Afrika Barat tersebut, pendidikan politik diduga sebagai faktor yang menentukan terhadap efektif-tidaknya politik uang dalam mempengaruhi preferensi pemilih.

Pandangan yang *ketiga* menyimpulkan bahwa respons pemilih terhadap politik uang dapat berbeda-beda di setiap masyarakat. Seperti kata Schaffer, “*vote buying carries different meanings in different historical and cultural contexts.*”³³ Dengan kata lain, dampak dari praktek politik uang sangat ditentukan oleh kondisi sosial, ekonomi, dan budaya dari masing-masing masyarakat. Sebagai contoh, seorang tamu di Taiwan memiliki kebiasaan untuk memberikan hadiah kecil kepada tuan rumahnya.³⁴

Penelitian Schaffer di Filipina menyimpulkan bahwa fenomena “menjual suara” lebih kompleks dari pertukaran sederhana antara uang dan dukungan politik. Hanya tiga puluh delapan persen (38%) pemilih dari kalangan penduduk miskin yang menerima uang menyatakan memberikan suara bagi calon yang memberi mereka uang. Seperlima dari 38 persen tersebut menyatakan tetap akan memilih kandidat yang sama kendati mereka tidak mendapatkan uang atau pemberian lainnya dari kandidat yang bersangkutan. Dengan demikian, pemilih yang terpengaruh oleh politik uang di Filipina hanya sekitar 30 persen dari seluruh pemilih. Adapun sebagian besar pemilih lainnya menggunakan hak pilih sesuai dengan kebebasan yang mereka yakini.³⁵

³²Bratton, 2008.

³³Schaffer, Frederic Charles. “Trading Political Rights: The Comparative Politics of Vote Buying,” International Conference, Center for International Studies, MIT, Cambridge, August, 2002.

³⁴Rigger, 1994: 219.

³⁵Schaffer, Frederic Charles. 2005. “Clean Elections and the Great Unwashed: Vote Buying and Voter Education in the Philippines”. Paper Nomor 21. Unpublished Manuscript.

Dari perspektif ini, dapat dipahami mengapa lembaga seperti IFES (*International Foundation for Electoral System*) merekomendasikan agar “konteks dan budaya politik harus diperhitungkan saat merencanakan strategi untuk mengendalikan uang dalam politik--*The context and political culture must be taken into account when devising strategies for controlling money in politics*”.³⁶

Praktek politik uang telah menjadi fenomena nyata dalam kontestasi politik di Indonesia sejalan dengan bergulirnya pemilihan umum yang bebas sejak 1999. Pada pemilihan umum legislatif tahun 2009, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menerima laporan sebanyak 32 kasus politik uang, sementara pada pemilu legislatif 2004 ditemukan 50 kasus politik uang³⁷. Kemungkinan terdapat lebih banyak lagi kasus atau praktik politik uang yang tidak terungkap, termasuk dalam pemilihan umum kepala daerah

Terdapat sedikitnya empat lingkaran politik uang dalam Pemilukada. Pertama, transaksi antara elit ekonomi (pemilik uang) dengan pasangan calon kepala daerah yang akan menjadi pengambil kebijakan/keputusan politik pasca Pemilukada. Kedua, transaksi antara pasangan calon kepala daerah dengan partai politik yang mempunyai hak untuk mencalonkan. Ketiga, transaksi antara pasangan calon dan tim kampanye dengan petugas-petugas Pemilukada yang mempunyai wewenang untuk menghitung perolehan suara. Keempat, transaksi antara calon atau tim kampanye dengan calon pemilih dalam bentuk pembelian suara.³⁸

Tingkat pengaruh politik uang terhadap perilaku pemilih di Indonesia kemungkinan berbeda dengan negara lain, bahkan kemungkinan berbeda pula antara satu daerah dengan daerah lainnya di Indonesia. Masalahnya sejauh ini belum banyak penelitian yang menjelaskan kaitan antara politik uang dan perilaku memilih di Indonesia. Variabel respons pemilih terhadap politik uang sudah sering dikaji dalam survei-survei mengenai pemilu dan pemilukada, namun pengaruhnya terhadap perilaku memilih masih bersifat

³⁶Ohman, Magnus dan Hani Zainulbhai (eds). 2009. *Political Finance Regulation: The Global Experience*. IFES, Washington D.C.

³⁷Center for Electoral Reform (Cetro), 2009

³⁸Supriyanto, Didik. Makalah dalam Diskusi Publik “Politik Uang dalam Pilkada”, Jakarta 5 Juni 2005.

hipotetis karena survei-survei untuk kepentingan pemilu dan pemilukada biasanya dilakukan beberapa saat sebelum pemilihan berlangsung.

5. Fenomena Pemilih Rasional-Pragmatis?

Seperti dikemukakan Evans, pemilih rasional adalah pemilih yang menentukan pilihannya berdasarkan pertimbangan manfaat optimum yang akan diperoleh pemilih bersangkutan. Pemilih rasional melakukan kalkulasi politik berdasarkan semua informasi yang diketahuinya mengenai partai atau kandidat perorangan, sebelum mengambil keputusan mengenai siapa atau partai apa yang akan dipilihnya. Informasi mengenai partai politik atau kandidat perorangan dapat bisa diperoleh melalui media massa, alat-alat peraga kampanye, informasi dari mulut ke mulut, maupun interaksi langsung dengan kandidat peserta pemilu.

Para ahli terdahulu percaya bahwa memilih akan mempertimbangkan manfaat yang bersifat obyektif dalam menentukan pilihannya. Manfaat obyektif yang dimaksud adalah manfaat bagi masyarakat umum atau setidaknya-tidaknya bagi kelompok.³⁹ Di Amerika Serikat misalnya, seorang kandidat biasa memberikan komitmen berupa kebijakan atau program tertentu yang khusus ditujukan kepada kelompok pendukungnya (bisa berupa penurunan tarif pajak atau pembangunan sarana umum). Kebiasaan ini kemudian melahirkan istilah *pork-barrel politics* atau politik gentong babi.

Komitmen atau janji terhadap kelompok konstituen tersebut juga mewarnai politik Indonesia. Bahkan, partai atau kandidat perorangan bukan hanya memberikan komitmen kebijakan atau program terhadap masyarakat atau kelompok, melainkan juga komitmen atau insentif terhadap orang perorangan. Kebiasaan ini diduga berasal dari pemilu-pemilu di zaman Orde Baru, dimana partai peserta pemilu membagi-bagikan uang dalam amplop beberapa jam sebelum saat pencoblosan. Karena biasa dilakukan pada malam hari menjelang fajar, maka praktek membagi-bagikan uang tunai dalam amplop itu kemudian

³⁹Lihat Evans, 2004 : 6

dikenal dengan istilah “serangan fajar”. Diperkirakan dari praktek pemilu Orde Baru itulah cikal-bakal politik uang di Indonesia berasal.

Kebiasaan partai atau kandidat peserta pemilu memberikan insentif materi kepada orang perorangan terus berlanjut pada pemilu-pemilu setelah Orde Baru.⁴⁰ Frekuensi pemilihan umum yang jauh lebih banyak (pemilu legislatif, pemilu presiden, dan pemilukada; dibandingkan dengan Orde Baru yang hanya sekali dalam lima tahun) diduga membuat kebiasaan memberikan insentif materi kepada pemilih menjadi semakin dianggap sebagai hal yang wajar. Praktek yang terus berulang dari pemilu ke pemilu ini pada akhirnya membuat pemilih kita cenderung semakin pragmatis, yakni pemilih yang mempertimbangan faktor benefit atau keuntungan pribadi sebagai dasar untuk menentukan pilihan politiknya.

Namun demikian, insentif materi diduga bukan merupakan satu-satunya variabel yang dipertimbangkan oleh para pemilih pragmatis. Faktanya sejauh ini belum ada partai atau kandidat perorangan yang terbukti dapat meraih dukungan suara signifikan dalam pemilu atau pemilukada, tanpa melakukan kegiatan kampanye yang berarti untuk menjangkau konsituen. Dalam menjatuhkan pilihannya, pemilih pragmatis diasumsikan juga mempertimbangkan variabel lain seperti popularitas kandidat dan isu kampanye. Asumsi ini menjadikan pemilih pragmatis memiliki ciri-ciri rasional dalam menentukan pilihan politiknya. Pemilih yang demikian dapat disebut sebagai pemilih rasional-pragmatis, yakni pemilih yang dalam menjatuhkan pilihan politiknya mempertimbangkan sejumlah faktor termasuk di dalamnya manfaat materi yang bersifat individual.

Untuk mendapatkan gambaran perilaku pemilih rasional-pragmatis ini maka survei mengenai perilaku memilih dalam kaitannya dengan politik uang selayaknya dilakukan sesudah pemilih memberikan suaranya, baik dalam pemilu maupun pemilukada. Survei seperti ini belum banyak dilakukan para peneliti di Indonesia.

⁴⁰Dalam terminologi awam pemilu di Indonesia sering disebut sebagai “pesta demokrasi”. Maka layaknya sebuah pesta, masyarakat berharap mendapat suasana gembira dan layanan yang serba gratis dari tuan rumah. Tuan rumahnya adalah partai politik atau kandidat peserta pemilu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambardi, Kuskrido. 2009. *Mengungkap Politik Kartel: Studi tentang Sistem Kepartaian di Indonesia Era Reformasi*. Kepustakaan Populer Gramedia (KPG). Jakarta.
- Anand, Paul, et.al. (eds). 2009. *The Handbook of Rational and Social Choice*. Oxford University Press. Oxford.
- Bartels, Larry M. Bartels. 2000. Partisanship and Voting Behavior 1952-1996. *American Journal of Political Science*, Vol. 44, No. 1, pp. 35-50
- Bartels, Larry M. 2009. "The Study of Electoral Behavior" in Jan E. Leighley (ed), *The Oxford Handbook of American Elections and Political Behavior*. Oxford University Press, Oxford.
- Bermunez, Jose Luis. 2009. *Decision Theory and Rationality*. Oxford University Press. Oxford.
- Brams, Steven J. Dan Peter C Fishburn. 2007. *Approval Voting*. Second Edition. Springer. New York.
- Bratton, Michael. 2008. *Vote Buying and Violence in Nigerian Election Campaign*. Working Paper No 99. Afro Barometer.
- Brusco, Valeria, Marcelo Nazareno, and Susan C. Stokes. 2004. "Vote Buying in Argentina", *Latin American Research Review*, Volume 39 Nomor 2, hal: 66-88.
- Bunte, Marco dan Andreas Ufen (ed). 2009. *Democratization in Post-Suharto Indonesia*. Routledge. London.
- Callahan, William A dan Duncan McCargo. 1996. "Vote-Buying in Thailand's Northeast." *Asian Survey*, Volume 36 Nomor 4, hal: 376-392.

CSIS. Perilaku Pemilih Indonesia 2008. Bahan Presentasi Publik. Jakarta 15 Juli 2008.

Coleman, James S. Dan Thomas J. Fararo (eds). 1992. *Rational Choice Theory: Advocacy and Critique*. Sage Publications. Newbury Park, London.

Collier, Paul and Pedro C. Vicente. 2009. "Violence, Bribery, and Fraud: The Political Economy of Elections in Africa", University of Oxford, Working Paper.

Cox, Gary, and Michael F. Thies. 2000. "How Much Does Money Matter? 'Buying' Votes in Japan, 1967-1990." *Comparative Political Studies* Volume 33 Nomor 1, hal: 37-57.

Creswell, John W. 1994. *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches*. Sage Publications. London, New Delhi, Thousand Oaks.

Davidson, Donald. 2004. *Problems of Rationality*. Oxford University Press. Oxford.

Dekel, Eddie, dkk. 2005. "Vote Buying". Social Science Working Paper 1215. California Institute of Technology, Pasadena.

Dorussen, Han dan Michael Taylor (eds). 2002. *Economic Voting*. Routledge. London.

Election. 2010. Encyclopedia Britannica. *Encyclopedia Britannica Ultimate Reference Suite*. Chicago: Encyclopedia Britannica.

Etzioni-Halevy, Eva. 1989. *Fragile Democracy: The Use and Abuse of Power in Western Societies*. Transaction Publishers. Tel Aviv.

Eulau, Heinz dan Michael Lewis-Beck (eds). 1985. *Economic Conditions and Electoral Outcomes: United States and Western Europe*. Agathon Press. New York.

Eusepi, Giuseppe dan Alan Hamlin (eds). 2006. *Beyond Conventional Economic: The Limits of Rational Behavior in Political Decision Making*. Edward Elgar. Cheltenham.

Evans, Jocelyn A J. 2004. *Voter and Voting: An Introduction*. Sage Publications. London, Thousand Oaks, New Delhi.

Evans, Geoffrey (ed). 2002. *The End of Class Politics?: Class Voting in Comparative Context*. Oxford University Press. Oxford

- Fox, Jonathan. "The Difficult Transition from Clientelism to Citizenship: Lessons from Mexico." *World Politics*, Volume 46 Nomor 2 hal 151-184, Juli 1994.
- Ghaffar, Affan. 1992. *Javanese Voters: A Case Study of Election Under Hegemonic Party System*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Grofman, Bernard dan Arend Lijphart (eds). 2003. *Electoral Laws and Their Political Consequences*. Agathon Press Inc. New York.
- Gueorguieva, Vassia dan Rita J. Simon. 2009. *Voting and Elections The World Over*. Lexington Books. New York.
- Harris, Syamsuddin (ed). 2007. *Partai dan Parlemen Lokal Era Transisi Demokrasi di Indonesia*. Lembaga Ilmu Pengatahuan Indonesia. Jakarta.
- Heywood, Andrew. 2007. *Politics*. Third Edition. Palgrave Foundations. New York.
- Ibana, Rainier. 1996. "Epilogue: Ordinary People in Everyday Life." In *Describing Elections: A Study of Elections in the Lifeworld of San Isidro* by Myrna J. Alejo, Maria Elena P. Rivera, and Noel Inocencio P. Valencia. Quezon City: Institute for Popular Democracy.
- Kristiadi, J. "Pemilihan Umum dan Perilaku Pemilih di Indonesia." *Prisma*, No 3 hal 73-91, Maret 1996.
- Lewis-Beck, Michael S. 2004. *The French Voter: Before and After the 2002 Elections*. Palgrave Macmillan. New York.
- Lichbach, Mark Irving dan Alan S. Zuckerman (eds). 2009. *Comparative Politics: Rationality, Culture, and Structure*. Second Edition. Cambridge University Press. Cambridge.
- Liddle, Wiliam dan Saiful Mujani. "Leadership, Party, and Religion: Explaining Voting Behavior in Indonesia." *Comparative Political Studies*, Volume 40 Nomor 7, Juli 2007.
- Liddle, Wiliam dan Saiful Mujani. "Indonesia: Personalities, Parties, and Voters." *Journal of Democracy*, Volume 21, Nomor 2, April 2010.
- Lyne, Mona M. 2008. *The Voter's Dilemma and Democratic Accountability*. Pennsylvania University Press. Pennsylvania.

- Marcus, George E. 2002. *The Sentimental Citizen: Emotion in Democratic Politics*. Pennsylvania State University Press. Pennsylvania.
- Milner, Henry. 2002. *Social Democracy and Rational Choice: The Scandinavian Experience and Beyond*. Routledge. London.
- Mulkan, Abdul Munir. 1989. *Perubahan Perilaku Politik dan Polarisasi Umat Islam 1965-1987*. Rajawali Press. Jakarta.
- Myagkov, Michail dan Peter C. Ordeshook. 2009. *The Forensic of Election Fraud: Russia and Ukraine*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Norris, Pippa. 2004. *Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Ohman, Magnus dan Hani Zainulbhai (eds). 2009. *Political Finance Regulation: The Global Experience*. IFES, Washington D.C.
- Schaffer, Frederic Charles. "Trading Political Rights: The Comparative Politics of Vote Buying," International Conference, Center for International Studies, MIT, Cambridge, August, 2002.
- Schaffer, Frederic Charles. 2005. "Clean Elections and the Great Unwashed: Vote Buying and Voter Education in the Philippines". Paper Nomor 21. Unpublished Manuscript.
- Supriyanto, Didik. Makalah dalam Diskusi Publik "Politik Uang dalam Pilkada", Jakarta 5 Juni 2005.
- Taqwa, M. Ridhah dan Sunyoto Usman. "Perilaku Memilih dan Politik Kepartaian Pada Pemilu 1999: Penelitian di Desa Pinang Kabupaten Enrekang Sulawesi Selatan." *SOSIOSAINS* Volume 17 No 3, Juli 2004.
- Tomsa, Dirk. 2008. *Party Politics and Democratization in Indonesia: Golkar in the Post-Suharto Era*. Routledge. London.
- van der Brug, Wouter dan Cees van der Eijk. 2007. *The Economy and The Vote: Economic Conditions and Elections in Fifteen Countries*. Cambridge University Press. Cambridge.

Vicente, Pedro C dan Leonard Wantchekon. 2009. "Clientelism and Vote Buying: Lessons from Field Experiments in African Elections". Paper prepared for a special issue of the Oxford Review of Economic Policy.

Vicente, Pedro C. 2007. "Is Vote Buying Effective? Evidence from a Field Experiment in West Africa", BREAD and University of Oxford, Working Paper.

Woshinsky, Oliver H. 2008. *Explaining Politics: Culture, Institutions, and Political Behavior*. Routledge. New York.

Zuckerman, Alan S (ed). 2005. *The Social Logic of Politics: Personal Networks as Contexts for Political Behavior*. Temple University Press. Philadelphia.