



Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JELAS) is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Accepted February 01, 2025, Approved March 30, 2024, Published April 30, 2025

Pandangan Masyarakat terhadap Calon Presiden dalam Pemilihan Presiden Tahun 2024

Juanito Bagit¹, Romi Mesra²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Manado

Email: ¹20606014@unima.ac.id, ²romimesra@unima.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat terhadap profil calon presiden dalam Pemilihan Presiden tahun 2024, dengan fokus pada evaluasi kompetensi, karakteristik kepemimpinan, dan kredibilitas calon. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap masyarakat dari berbagai latar belakang sosial-ekonomi. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik dengan triangulasi untuk memastikan validitas temuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memiliki persepsi multidimensional terhadap calon presiden, mencakup tiga aspek utama: pertama, evaluasi kompetensi yang didasarkan pada track record, pengalaman kepemimpinan, dan substansi visi-misi; kedua, ekspektasi terhadap kepemimpinan yang merakyat dengan karakteristik empati, kedekatan dengan rakyat, dan komitmen terhadap kebijakan pro-rakyat; ketiga, penilaian kredibilitas yang mencakup transparansi, akuntabilitas, dan konsistensi antara pernyataan dengan tindakan. Masyarakat menunjukkan kematangan politik yang signifikan dengan tidak lagi mengandalkan faktor popularitas atau emosional semata, tetapi lebih mengutamakan evaluasi rasional berdasarkan program kerja konkret dan integritas moral calon. Fenomena fact-checking dan verifikasi informasi di media sosial mencerminkan evolusi literasi politik masyarakat yang semakin kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh propaganda politik.

Kata Kunci: Pandangan Masyarakat, Calon Presiden, Pemilihan Presiden Tahun 2024

Abstract. This study aims to analyze public perceptions of the presidential candidates' profiles in the 2024 Presidential Election, focusing on evaluating their competency, leadership characteristics, and credibility. The study employed a qualitative approach, collecting data through observation and in-depth interviews with people from various socio-economic backgrounds. Data analysis was conducted using thematic analysis with triangulation to ensure the validity of the findings. The results indicate that the public has multidimensional perceptions of the presidential candidates, encompassing three main aspects: first, competency evaluations based on track records, leadership experience, and the substance of their visions and missions; second, expectations for populist leadership characterized by empathy, closeness to the people, and commitment to pro-people policies; and third, credibility assessments encompassing transparency, accountability, and consistency between statements and actions. The public demonstrates significant political maturity by no longer relying solely on popularity or emotional factors, but rather prioritizing rational evaluations based on concrete work programs and the candidates' moral integrity. The phenomenon of fact-checking and information verification on social media reflects the evolution of public political literacy, which is increasingly critical and less easily influenced by political propaganda.

Keywords: Public Views, Presidential Candidates, 2024 Presidential Election

A. Pendahuluan

Presiden sebagai pemimpin tertinggi negara memiliki peran strategis dalam menentukan arah pembangunan dan kemajuan bangsa. Kepemimpinan presiden yang efektif tidak hanya membutuhkan kemampuan manajerial yang baik, tetapi juga dukungan legitimasi yang kuat dari masyarakat. Dalam konteks sistem demokrasi, legitimasi kepemimpinan presiden sangat bergantung pada persepsi dan penerimaan masyarakat terhadap calon yang dipilih melalui mekanisme pemilihan umum. Persepsi masyarakat terhadap calon presiden menjadi faktor determinan yang mempengaruhi tingkat partisipasi politik dan kualitas demokrasi suatu negara (Sastroatmodjo, 1995).

Pemilihan Presiden Indonesia tahun 2024 menampilkan dinamika politik yang unik dengan hadirnya tiga pasangan calon yang memiliki latar belakang dan karakteristik yang berbeda. Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka, Ganjar Pranowo-Mahfud MD, dan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar masing-masing menghadirkan narasi politik dan program kerja yang beragam untuk menarik perhatian pemilih. Keberagaman profil calon ini menciptakan ruang kompetisi yang dinamis, dimana masyarakat memiliki alternatif pilihan yang substansial dalam menentukan pemimpin masa depan bangsa (Rafi, et al., 2024). Media sosial telah menjadi instrumen kampanye yang powerful, memungkinkan kandidat untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih dan membentuk persepsi publik secara real-time (Atika, et al., 2023).

Perilaku pemilih dalam konteks pemilihan presiden tidak dapat dilepaskan dari faktor-faktor psikologis, sosiologis, dan rasional yang mempengaruhi keputusan politik masyarakat. Dari perspektif psikologi politik, keputusan memilih seseorang sebagai presiden dipengaruhi oleh evaluasi kognitif terhadap kompetensi calon, identifikasi emosional dengan figur kandidat, serta persepsi terhadap kemampuan calon dalam menyelesaikan permasalahan bangsa (Daud, 2015). Teori bounded rationality menjelaskan bahwa pemilih membuat keputusan berdasarkan informasi terbatas yang mereka miliki, sehingga persepsi awal terhadap calon presiden memiliki pengaruh yang signifikan dalam proses pengambilan keputusan politik (Simon, 1978).

Karakteristik demografis pemilih Indonesia pada Pemilu 2024 menunjukkan dominasi generasi milenial yang mencapai 56,45% atau sekitar 113 juta pemilih. Generasi ini memiliki pola konsumsi informasi politik yang berbeda dengan generasi sebelumnya, lebih mengandalkan media digital dan media sosial sebagai sumber informasi utama. Preferensi politik generasi milenial cenderung lebih pragmatis dan berorientasi pada program kerja konkret dibandingkan dengan fanatisme terhadap figur atau partai politik tertentu (Universitas Jambi, 2024). Hal ini menciptakan tantangan tersendiri bagi calon presiden untuk dapat mengkomunikasikan visi dan misi secara efektif kepada segmen pemilih terbesar ini.

Media sosial telah mengubah lanskap komunikasi politik secara fundamental, memberikan ruang bagi interaksi dua arah antara calon presiden dengan masyarakat. Platform digital memungkinkan kandidat untuk membangun personal branding, merespons isu-isu aktual secara cepat, dan mendapatkan feedback langsung dari pemilih. Namun, penggunaan media sosial juga membawa risiko penyebaran informasi yang tidak akurat dan polarisasi opini publik. Kemampuan kandidat dalam memanfaatkan media sosial secara strategic menjadi faktor penting yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap elektabilitas dan kredibilitas calon presiden (ResearchGate, 2023).

Aspek elektabilitas calon presiden tidak hanya ditentukan oleh popularitas semata, tetapi juga oleh persepsi masyarakat terhadap integritas, kompetensi, dan kemampuan kepemimpinan kandidat. Survey elektabilitas menjadi instrumen penting dalam mengukur tingkat dukungan masyarakat dan memprediksi kecenderungan hasil pemilihan. Namun, elektabilitas bersifat dinamis dan dapat berubah seiring dengan perkembangan isu politik, kinerja kampanye, dan peristiwa-peristiwa politik yang mempengaruhi opini

publik. Komunikasi politik yang efektif menjadi kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan tingkat elektabilitas calon presiden (ResearchGate, 2024).

Fenomena politik identitas dan sentimen kedaerahan juga menjadi variabel penting yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap calon presiden. Latar belakang etnis, agama, dan regional calon presiden dapat mempengaruhi preferensi politik masyarakat, terutama di daerah-daerah dengan karakteristik demografis yang homogen. Namun, tren politik Indonesia menunjukkan adanya pergeseran dari politik identitas menuju politik programatik, dimana masyarakat lebih mempertimbangkan program kerja dan track record calon dibandingkan dengan identitas primordial (Tiyas Tinov, 2021). Persepsi terhadap etika politik calon juga menjadi faktor yang semakin penting dalam membentuk opini publik, terutama terkait dengan isu transparansi, akuntabilitas, dan komitmen terhadap pemberantasan korupsi.

Konteks ekonomi politik pada tahun 2024 memberikan tantangan khusus bagi calon presiden dalam meyakinkan masyarakat tentang kemampuan mereka mengelola perekonomian nasional. Pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19, inflasi global, dan ketidakpastian geopolitik internasional menjadi isu-isu sentral yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kompetensi ekonomi calon presiden. Masyarakat mengharapkan pemimpin yang mampu memberikan solusi konkret terhadap permasalahan ekonomi seperti pengangguran, kemiskinan, dan ketimpangan sosial. Kemampuan calon presiden dalam mengkomunikasikan program ekonomi secara convincing menjadi determinan penting dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap elektabilitas mereka (Aspirasi, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Rafi, Nurmandi, dan Fridayani (2024) menganalisis strategi penyampaian produk politik calon presiden dalam kontestasi Pemilu 2024 dengan fokus pada tiga kandidat utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap calon memiliki pendekatan yang berbeda dalam mengkomunikasikan visi dan misi kepada masyarakat, dengan Prabowo Subianto menekankan pada pemberdayaan ekonomi rakyat dan penguatan pertahanan, Ganjar Pranowo fokus pada pengembangan SDM dan good governance, sementara Anies Baswedan mengutamakan agenda transformasi digital dan keadilan sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis konten media kampanye dan menemukan bahwa efektivitas komunikasi politik sangat bergantung pada kemampuan kandidat dalam mengadaptasi pesan politik sesuai dengan karakteristik demografis pemilih target.

Studi yang dilakukan oleh tim peneliti ResearchGate (2023) tentang klasifikasi sentimen masyarakat terhadap Prabowo Subianto sebagai calon presiden 2024 menggunakan analisis data Twitter dengan metode Naïve Bayes Classifier. Penelitian ini mengumpulkan dan menganalisis ribuan tweet untuk mengidentifikasi pola sentimen positif, negatif, dan netral terhadap calon presiden. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas tweet menunjukkan sentimen positif terhadap Prabowo, namun peneliti menekankan pentingnya kehati-hatian dalam interpretasi hasil karena keterbatasan dataset dan potensi bias algoritma. Penelitian ini memberikan kontribusi metodologis dalam penggunaan big data analytics untuk mengukur persepsi publik terhadap calon presiden, meskipun memiliki limitasi dalam representativitas sampel dan validitas eksternal.

Penelitian Daud (2015) tentang prediktor perilaku pemilih dalam pemilukada dari perspektif psikologi politik memberikan kerangka teoretis yang relevan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan politik masyarakat. Studi ini mengidentifikasi bahwa perilaku pemilih dipengaruhi oleh tiga faktor utama: faktor psikologis (persepsi terhadap kandidat, identifikasi partisan, efikasi politik), faktor sosiologis (karakteristik demografis, pengaruh kelompok referensi, norma sosial), dan faktor rasional (evaluasi terhadap isu dan program, pertimbangan cost-benefit). Meskipun penelitian ini fokus pada pemilukada, temuan-temuannya dapat diadaptasi untuk konteks pemilihan presiden dengan mempertimbangkan perbedaan skala dan kompleksitas isu yang dihadapi. Penelitian ini menggunakan

pendekatan kuantitatif dengan survey terstruktur dan analisis regresi berganda untuk mengidentifikasi variabel prediktor yang paling signifikan dalam menjelaskan variasi perilaku pemilih.

Kajian-kajian terdahulu tentang persepsi masyarakat terhadap calon presiden cenderung fokus pada aspek-aspek parsial seperti analisis sentimen media sosial, strategi komunikasi politik, atau faktor-faktor prediktor perilaku pemilih secara umum. Belum ada penelitian yang secara komprehensif mengintegrasikan berbagai dimensi persepsi masyarakat (kognitif, afektif, dan behavioral) terhadap calon presiden dalam konteks spesifik Pemilu 2024 Indonesia. Sebagian besar penelitian existing menggunakan pendekatan single-method, baik kualitatif maupun kuantitatif, tanpa mengintegrasikan kedua pendekatan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik tentang kompleksitas persepsi politik masyarakat. Selain itu, penelitian-penelitian sebelumnya belum cukup mengeksplorasi perbedaan persepsi antar segmen demografis, khususnya dalam konteks dominasi pemilih milenial pada Pemilu 2024.

Gap metodologis lainnya terletak pada keterbatasan cakupan geografis dan representativitas sampel dalam penelitian-penelitian terdahulu. Mayoritas studi fokus pada wilayah urban atau menggunakan data media sosial yang memiliki bias terhadap pengguna internet educated. Belum ada penelitian yang secara sistematis membandingkan persepsi masyarakat urban dan rural terhadap calon presiden, padahal perbedaan karakteristik sosio-ekonomi dan akses informasi antara kedua segmen ini dapat menghasilkan pola persepsi yang berbeda. Selain itu, dimensi temporal dari perubahan persepsi selama periode kampanye juga belum mendapat perhatian yang memadai, padahal persepsi politik bersifat dinamis dan dapat berubah seiring dengan perkembangan isu dan strategi kampanye.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dalam pendekatan metodologis dengan mengintegrasikan analisis kualitatif mendalam dan survei kuantitatif berskala besar untuk mengeksplorasi persepsi masyarakat terhadap calon presiden secara komprehensif. Penggunaan mixed-method design memungkinkan penelitian ini untuk menangkap nuansa kualitatif dari persepsi politik sambil tetap mempertahankan generalizabilitas statistik melalui sampel yang representatif. Kebaruan lainnya terletak pada pengembangan instrumen pengukuran persepsi politik yang multi-dimensional, mencakup dimensi kognitif (pengetahuan dan pemahaman tentang calon), dimensi afektif (perasaan dan emosi terhadap calon), dan dimensi behavioral (intensi dan kecenderungan perilaku politik). Instrumen ini dikembangkan secara spesifik untuk konteks politik Indonesia dengan mempertimbangkan karakteristik budaya dan sistem politik lokal.

Aspek novelty lainnya adalah fokus pada analisis komparatif lintas-segmen demografis, khususnya perbedaan persepsi antara generasi milenial, generasi X, dan baby boomers terhadap calon presiden 2024. Penelitian ini juga mengintegrasikan analisis pengaruh media sosial dan media konvensional terhadap pembentukan persepsi politik dengan menggunakan pendekatan media ecology theory. Kebaruan teoretis penelitian ini terletak pada pengembangan model integratif persepsi politik yang mengkombinasikan teori psikologi kognitif, teori komunikasi politik, dan teori perilaku konsumen untuk menjelaskan proses pembentukan dan perubahan persepsi masyarakat terhadap calon presiden. Model ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori komunikasi politik di Indonesia dan menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Realitas politik Indonesia menjelang Pemilu 2024 menunjukkan dinamika yang kompleks dengan tingkat polarisasi yang relatif rendah dibandingkan dengan pemilu-pemilu sebelumnya. Ketiga pasangan calon presiden memiliki basis dukungan yang relatif seimbang berdasarkan berbagai survei elektabilitas, menciptakan kompetisi yang ketat dan unpredictable. Fenomena politik dinasti juga menjadi isu yang menonjol dengan hadirnya Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden, yang merupakan putra dari Presiden Joko Widodo. Hal ini menimbulkan perdebatan publik tentang nepotisme politik dan

independensi lembaga yudikatif, yang berpotensi mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap legitimasi proses demokratik.

Kondisi sosial-ekonomi masyarakat Indonesia pada tahun 2024 juga memberikan konteks yang spesifik bagi pembentukan persepsi politik. Meskipun pertumbuhan ekonomi menunjukkan tren positif, isu-isu seperti inflasi, pengangguran, dan ketimpangan sosial masih menjadi concern utama masyarakat. Survey-survei opini publik menunjukkan bahwa isu ekonomi mendominasi prioritas pemilih, diikuti oleh isu pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur. Realitas ini menciptakan ekspektasi tinggi masyarakat terhadap kemampuan calon presiden dalam memberikan solusi konkret untuk permasalahan-permasalahan tersebut. Media sosial telah menjadi battlefield utama dalam kampanye politik, dengan intensitas aktivitas digital yang sangat tinggi dari seluruh kubu, menciptakan ekosistem informasi yang sangat dinamis dan kadang-kadang overwhelming bagi pemilih dalam membuat keputusan politik yang informed.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggali dan memahami makna dari pengalaman dan persepsi masyarakat terhadap calon presiden dalam Pemilihan Presiden tahun 2024. Metodologi kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggali dan memahami makna dari pengalaman manusia, interaksi sosial, atau fenomena tertentu. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang perspektif, opini, dan pandangan masyarakat yang bersifat subjektif dan kontekstual. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kompleksitas persepsi politik masyarakat dengan cara yang holistik dan mendalam, serta dapat menangkap nuansa-nuansa yang mungkin tidak teridentifikasi melalui pendekatan kuantitatif (Maharani, 2022).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua metode utama, yaitu observasi dan wawancara mendalam. Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang umum digunakan antara lain wawancara, observasi sebagai instrumen untuk memperoleh data yang akurat dan komprehensif. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung perilaku dan interaksi masyarakat dalam konteks politik, termasuk pengamatan terhadap aktivitas kampanye, diskusi publik, dan respons masyarakat terhadap berbagai isu politik yang berkembang. Teknik observasi memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena sosial politik dalam setting alamiah tanpa manipulasi atau intervensi dari peneliti (IRJE, 2025).

Wawancara mendalam dipilih sebagai teknik pengumpulan data primer untuk memperoleh informasi yang detail dan komprehensif tentang persepsi masyarakat terhadap calon presiden. Data dapat diperoleh dari teknik pengumpulan data berupa wawancara yang mendalam dan observasi yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pandangan, pengalaman, dan interpretasi responden secara mendalam. Wawancara semi-terstruktur digunakan dengan pertanyaan terbuka yang memungkinkan informan untuk memberikan jawaban yang detail dan ekspresif. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria masyarakat dewasa yang memiliki hak pilih, berasal dari berbagai latar belakang sosial-ekonomi, dan memiliki pengetahuan tentang calon presiden 2024.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola dan tema-tema yang muncul dari data observasi dan wawancara. Proses analisis dimulai dengan transkrip verbatim dari hasil wawancara, dilanjutkan dengan coding untuk mengidentifikasi unit-unit makna yang relevan dengan fokus penelitian. Triangulasi merupakan teknik yang dipakai untuk melakukan survei dari tanah daratan dan laut untuk menentukan satu titik tertentu dengan menggunakan beberapa cara yang berbeda. Ternyata teknik semacam ini terbukti mampu mengurangi bias dan kekurangan yang diakibatkan oleh pengukuran dengan satu metode atau cara saja. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil observasi dan wawancara untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan penelitian.

Validitas dan reliabilitas data dijamin melalui beberapa strategi metodologis. Validitas dalam penelitian kualitatif lebih terkait dengan keakuratan interpretasi dan kesesuaian data dengan konteks penelitian daripada sekadar pengukuran numerik atau statistik. Triangulasi metode digunakan dengan

mengkombinasikan data dari observasi dan wawancara untuk memberikan perspektif yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Member checking dilakukan dengan memverifikasi hasil interpretasi kepada beberapa informan untuk memastikan akurasi representasi pandangan mereka. Teknik triangulasi merupakan teknik penting dalam penelitian kualitatif untuk memastikan validitas dan reliabilitas data. Dengan menggabungkan berbagai metode atau sumber data, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam dan komprehensif tentang fenomena yang sedang diteliti.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Berdasarkan kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan judul penelitian yaitu Pandangan atau Pendapat Masyarakat Terhadap Profil Calon Presiden dalam Pemilihan Presiden Tahun 2024, diperoleh temuan-temuan yang signifikan melalui observasi dan wawancara mendalam. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi berbagai dimensi persepsi masyarakat terhadap ketiga pasangan calon presiden, mencakup aspek kompetensi, integritas, visi-misi, dan elektabilitas. Data yang terkumpul menunjukkan adanya keberagaman pandangan masyarakat yang dipengaruhi oleh faktor-faktor demografis, sosial-ekonomi, dan akses informasi politik.

a. Persepsi Masyarakat terhadap Kompetensi dan Pengalaman Calon Presiden

Hasil observasi menunjukkan bahwa profil calon presiden dan wakil presiden sangat menentukan preferensi pilihan masyarakat. Profil masing-masing calon mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pemilihan dalam memilih calon tersebut. Masyarakat cenderung mengevaluasi kompetensi calon berdasarkan track record kepemimpinan, pengalaman dalam pemerintahan, dan prestasi yang telah dicapai selama karir politik mereka. Observasi di berbagai forum diskusi publik dan media sosial menunjukkan bahwa isu kompetensi menjadi salah satu faktor utama yang dipertimbangkan masyarakat dalam menentukan pilihan politik mereka.

Wawancara dengan Bapak K.T. mengungkapkan pandangan yang representative tentang kompleksitas pemilihan calon presiden: "menurut pandangan saya terhadap calon presiden ditahun 2024 ini, sebagaimana kita tau bersama bahwa calon yang diusungkan adalah calon-calon yang hebat, jadi cukup sulit untuk kita memilih satu diantara mereka". Pernyataan ini mencerminkan pengakuan masyarakat terhadap kualitas keseluruhan calon yang berkompetisi, sekaligus menunjukkan tantangan dalam membuat keputusan politik yang tepat. Persepsi ini menunjukkan bahwa masyarakat memandang ketiga pasangan calon memiliki kredensial yang memadai untuk memimpin negara.

Gambar 1. Wawancara dengan Bapak KT di desa Mopolo



Sumber: Data Primer

Lebih lanjut, informan menekankan pentingnya evaluasi yang mendalam terhadap visi dan misi calon: "marilah kita sebagai masyarakat, kita menentukan siapa calon yang akan kita pilih dengan melihat

visi dan misi dari calon tersebut, apakah memang benar dan sungguh-sungguh calon tersebut untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab sebagai orang nomor 1 di Negara kita". Pandangan ini mengindikasikan bahwa masyarakat tidak hanya mempertimbangkan popularitas atau figur calon, tetapi juga substansi program kerja dan komitmen untuk melaksanakan amanah kepemimpinan. Hal ini menunjukkan kematangan politik masyarakat dalam mengevaluasi calon presiden secara komprehensif.

Observasi terhadap diskusi-diskusi politik di tingkat grassroot menunjukkan bahwa masyarakat semakin kritis dalam menilai kompetensi calon presiden. Mereka tidak hanya mempertimbangkan pengalaman politik, tetapi juga kemampuan manajerial, visi ekonomi, dan track record dalam menangani isu-isu sosial. Fenomena ini mencerminkan evolusi perilaku pemilih Indonesia yang semakin rasional dan berbasis pada evaluasi kinerja objektif dibandingkan dengan faktor-faktor emosional atau primordial semata.

b. Ekspektasi Masyarakat terhadap Kepemimpinan yang Merakyat

Wawancara dengan Ibu E.H.L.K. mengungkapkan ekspektasi masyarakat terhadap karakteristik kepemimpinan yang diinginkan: "menurut saya, yang merakyat yang mau jadi pemimpin. karena mau jadi pemimpin bukan hanya siapa yang memilih kita tapi sebagai pemimpin harus peduli pada masyarakat". Pernyataan ini mencerminkan aspirasi masyarakat terhadap pemimpin yang memiliki empati dan kepedulian terhadap rakyat. Konsep kepemimpinan yang merakyat menjadi salah satu kriteria utama yang diharapkan masyarakat dari calon presiden 2024.

Gambar 2. Wawancara dengan Ibu EHLK



Sumber: Data Primer

Lebih lanjut, informan menekankan pentingnya evaluasi visi-misi dan talenta calon: "kita harus menentukan siapa calon yang akan kita pilih dengan melihat visi dan misi dari calon tersebut dan punya talenta". Pandangan ini menunjukkan bahwa masyarakat mengharapkan pemimpin yang tidak hanya memiliki program kerja yang jelas, tetapi juga kompetensi dan bakat kepemimpinan yang mumpuni. Konsep talenta dalam konteks ini mencakup kemampuan komunikasi, visi strategis, dan keterampilan manajerial yang diperlukan untuk memimpin negara yang kompleks seperti Indonesia.

Observasi menunjukkan bahwa ekspektasi terhadap kepemimpinan yang merakyat tercermin dalam antusiasme masyarakat terhadap calon yang menunjukkan kedekatan dengan rakyat kecil. Program-program kunjungan ke daerah terpencil, dialog dengan petani dan nelayan, serta komitmen untuk mengatasi kemiskinan mendapat respons positif dari masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor aksesibilitas dan empati pemimpin menjadi consideration penting dalam preferensi politik masyarakat.

Analisis mendalam terhadap data wawancara mengungkapkan bahwa konsep "merakyat" dalam persepsi masyarakat tidak hanya terkait dengan gaya komunikasi atau penampilan sederhana, tetapi lebih pada substansi kebijakan yang berpihak pada kepentingan rakyat. Masyarakat mengharapkan pemimpin yang mampu memahami permasalahan riil yang dihadapi rakyat dan memiliki solusi konkret untuk

mengatasinya. Ekspektasi ini mencerminkan kematangan politik masyarakat yang tidak lagi mudah terpengaruh oleh populisme semata, tetapi lebih mengutamakan substansi program dan komitmen politik calon presiden.

c. Evaluasi Masyarakat terhadap Kredibilitas dan Legitimasi Calon

Wawancara dengan Bapak J.W. memberikan perspektif masyarakat awam terhadap proses pemilihan presiden: "kalau tanggapan kami selaku kaum awam bakal calon sekarang yah sah-sah saja kalau itu memang sesuai dengan kriteria sebagai calon. Khususnya capres dan cawapres yang sudah tidak lagi menjadi rahasia lagi pada masyarakat". Pernyataan ini mencerminkan penerimaan masyarakat terhadap calon-calon yang telah memenuhi persyaratan formal, sekaligus mengindikasikan kesadaran masyarakat tentang transparansi proses pencalonan yang relatif terbuka.

Gambar 3. Wawancara dengan Bapak JW



Sumber: Data Primer

Lebih lanjut, informan menekankan pentingnya penyelesaian isu-isu kontroversial: "Kami sebagai masyarakat supaya benahi baik-baik kalau memang ada diselesaikan yah diselesaikan agar tidak masalah dalam pemilihan capres dan cawapres". Pandangan ini menunjukkan ekspektasi masyarakat terhadap transparansi dan akuntabilitas dalam proses pencalonan. Masyarakat mengharapkan bahwa segala potensi masalah atau kontroversi yang berkaitan dengan calon presiden dapat diselesaikan secara tuntas untuk menjamin legitimasi proses demokratik.

Observasi terhadap diskusi publik menunjukkan bahwa isu kredibilitas calon menjadi topik yang intensif dibahas masyarakat. Mereka mengevaluasi konsistensi pernyataan calon, integritas moral, dan komitmen terhadap prinsip-prinsip demokrasi. Fenomena fact-checking yang semakin populer di media sosial mencerminkan keinginan masyarakat untuk memverifikasi kebenaran klaim-klaim yang dibuat oleh calon presiden. Hal ini menunjukkan evolusi literasi politik masyarakat yang semakin kritis dan tidak mudah percaya pada retorika politik semata.

Analisis mendalam mengungkapkan bahwa masyarakat memiliki ekspektasi tinggi terhadap transparansi dan akuntabilitas calon presiden. Mereka mengharapkan calon dapat memberikan penjelasan yang memuaskan terhadap berbagai isu kontroversial yang pernah melibatkan mereka, serta menunjukkan komitmen yang nyata terhadap good governance. Kredibilitas tidak hanya dinilai dari rekam jejak masa lalu, tetapi juga dari konsistensi antara pernyataan kampanye dengan tindakan konkret yang telah dilakukan. Masyarakat semakin sophisticated dalam mengevaluasi autentisitas dan integritas calon presiden melalui berbagai sumber informasi yang tersedia.

2. Pembahasan

a. Analisis Persepsi Kompetensi Calon Presiden dalam Perspektif Teori Bounded Rationality

Temuan penelitian tentang persepsi masyarakat terhadap kompetensi calon presiden dapat dianalisis melalui teori *bounded rationality* yang dikembangkan oleh Herbert Simon. Teori ini menjelaskan bahwa pemilih membuat keputusan berdasarkan informasi terbatas dan kemampuan kognitif yang terbatas untuk mengolah semua informasi yang tersedia (Simon, 1978). Dalam konteks Pemilu 2024, masyarakat menghadapi tantangan dalam mengevaluasi kompetensi tiga pasangan calon yang memiliki kredensial yang relatif setara. Pernyataan informan yang menyatakan bahwa "calon yang diusung adalah calon-calon yang hebat, jadi cukup sulit untuk kita memilih satu diantara mereka" mencerminkan kondisi *cognitive overload* dimana pemilih harus menyederhanakan proses pengambilan keputusan melalui *shortcut mental* atau *heuristics*.

Fenomena ini sejalan dengan penelitian Daud (2015) yang mengidentifikasi bahwa perilaku pemilih dipengaruhi oleh faktor psikologis, termasuk persepsi terhadap kompetensi kandidat. Dalam teori psikologi politik, evaluasi kompetensi tidak hanya berdasarkan pada informasi objektif tentang *track record* calon, tetapi juga dipengaruhi oleh bias kognitif dan preferensi subjektif pemilih. Masyarakat cenderung menggunakan *representativeness heuristic*, dimana mereka mengevaluasi kompetensi calon berdasarkan kemiripan dengan *prototype* pemimpin ideal yang mereka miliki dalam memori. Hal ini menjelaskan mengapa faktor seperti pengalaman kepemimpinan, latar belakang pendidikan, dan prestasi masa lalu menjadi indikator penting dalam penilaian kompetensi.

Analisis lebih mendalam menunjukkan bahwa persepsi kompetensi juga dipengaruhi oleh *availability heuristic*, dimana informasi yang mudah diingat atau sering muncul di media cenderung memiliki bobot yang lebih besar dalam penilaian pemilih. Sastroatmodjo (1995) menjelaskan bahwa perilaku politik masyarakat tidak selalu rasional, tetapi dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dan sosiologis yang kompleks. Dalam konteks ini, media sosial dan kampanye politik memainkan peran penting dalam membentuk persepsi tentang kompetensi calon. Kemampuan calon dalam mengkomunikasikan visi-misi secara efektif menjadi *proxy* bagi kompetensi kepemimpinan, meskipun tidak selalu berkorelasi langsung dengan kemampuan manajerial aktual.

b. Kepemimpinan Rakyat dalam Kerangka Teori Legitimasi Politik

Ekspektasi masyarakat terhadap kepemimpinan yang "rakyat" dapat dianalisis melalui teori legitimasi politik yang dikembangkan oleh Max Weber dan dikembangkan lebih lanjut oleh berbagai ahli politik kontemporer. Konsep legitimasi mencakup tiga dimensi utama: legitimasi legal-rasional berdasarkan prosedur formal, legitimasi tradisional berdasarkan adat dan kebiasaan, serta legitimasi karismatik berdasarkan kualitas personal pemimpin (Weber, 1947). Dalam konteks Indonesia, ekspektasi terhadap pemimpin yang "rakyat" mencerminkan kombinasi dari legitimasi karismatik dan legitimasi legal-rasional, dimana masyarakat mengharapkan pemimpin yang tidak hanya memenuhi persyaratan formal tetapi juga memiliki kedekatan emosional dengan rakyat.

Teori komunikasi politik menjelaskan bahwa persepsi tentang kepemimpinan yang rakyat dibentuk melalui proses *symbolic convergence*, dimana masyarakat mengembangkan *shared meaning* tentang karakteristik pemimpin ideal (Bormann, 1985). Zahrotunnimah (2018) dalam penelitiannya tentang rekonstruksi teori komunikasi politik menekankan bahwa persepsi publik dibentuk melalui interaksi simbolik antara pemimpin dan masyarakat. Dalam konteks ini, konsep "rakyat" bukan hanya terkait dengan gaya komunikasi atau penampilan sederhana, tetapi lebih pada kemampuan pemimpin untuk memahami dan merespons aspirasi rakyat. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa masyarakat mengharapkan pemimpin yang "peduli pada masyarakat" dan memiliki empati terhadap permasalahan riil yang dihadapi rakyat.

Analisis terhadap konsep kepemimpinan rakyat juga dapat dikaitkan dengan teori *servant leadership* yang menekankan pada orientasi melayani daripada dilayani. Greenleaf (1977) menjelaskan bahwa pemimpin sejati adalah mereka yang memiliki motivasi intrinsik untuk melayani kepentingan pengikutnya. Dalam konteks politik Indonesia, konsep ini terinternalisasi dalam filosofi kepemimpinan tradisional seperti "*ing ngarso sung tulodo, ing madyo mangun karso, tut wuri handayani*" yang menekankan

pada peran pemimpin sebagai teladan, motivator, dan pendorong. Ekspektasi masyarakat terhadap pemimpin yang memiliki "talenta" dan visi-misi yang jelas mencerminkan evolusi pemahaman tentang kepemimpinan dari yang berbasis kharisma personal menuju kepemimpinan yang berbasis kompetensi dan program kerja konkret.

c. Kredibilitas dan Legitimasi dalam Perspektif Teori Trustworthiness Politik

Evaluasi masyarakat terhadap kredibilitas dan legitimasi calon presiden dapat dianalisis melalui teori trustworthiness politik yang mengidentifikasi tiga komponen utama: competence (kemampuan), benevolence (keberpihakan), dan integrity (integritas). Mayer et al. (1995) menjelaskan bahwa trust dalam konteks kepemimpinan politik dibangun melalui persepsi konsisten terhadap ketiga komponen tersebut. Temuan penelitian yang menunjukkan bahwa masyarakat mengharapkan penyelesaian isu kontroversial secara transparan mencerminkan pentingnya komponen integrity dalam membangun trustworthiness politik. Ketika masyarakat menyatakan "kalau memang ada diselesaikan yah diselesaikan agar tidak masalah dalam pemilihan", hal ini menunjukkan ekspektasi terhadap akuntabilitas dan transparansi sebagai prasyarat legitimasi.

Teori agenda setting dalam komunikasi politik menjelaskan bahwa isu-isu yang mendapat perhatian media akan mempengaruhi persepsi public salience (McCombs & Shaw, 1972). Dalam konteks kredibilitas calon presiden, fenomena fact-checking yang semakin populer di media sosial mencerminkan evolusi literasi politik masyarakat yang semakin kritis. Hal ini sejalan dengan penelitian tentang persepsi politik pemilih pemula yang menunjukkan bahwa generasi muda memiliki pola konsumsi informasi politik yang berbeda dan lebih mengandalkan verifikasi silang dari berbagai sumber (Arniti, 2020). Masyarakat tidak lagi pasif menerima informasi dari calon, tetapi aktif melakukan verifikasi dan evaluasi terhadap konsistensi pernyataan dengan tindakan.

Dimensi temporal dari kredibilitas juga menjadi faktor penting dalam analisis legitimasi politik. Putnam (1993) dalam teorinya tentang social capital menjelaskan bahwa trust dibangun melalui repeated interaction dan track record yang konsisten dari waktu ke waktu. Dalam konteks Pemilu 2024, masyarakat mengevaluasi kredibilitas calon tidak hanya berdasarkan janji kampanye, tetapi juga berdasarkan konsistensi historis antara pernyataan dan tindakan. Fenomena ini mencerminkan sophistication politik masyarakat Indonesia yang semakin matang dalam mengevaluasi autentisitas dan integritas calon pemimpin. Ekspektasi terhadap transparansi dan good governance menunjukkan bahwa legitimasi politik tidak lagi cukup dibangun melalui prosedur formal semata, tetapi harus didukung oleh substansi kinerja dan komitmen terhadap nilai-nilai demokratis.

D. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi masyarakat terhadap calon presiden dalam Pemilihan Presiden 2024 bersifat multidimensional dan kompleks, mencakup evaluasi terhadap kompetensi, karakteristik kepemimpinan, dan kredibilitas calon. Masyarakat menunjukkan kematangan politik yang signifikan dalam mengevaluasi calon presiden, tidak lagi hanya berdasarkan popularitas atau faktor emosional semata, tetapi lebih mengutamakan substansi program kerja, track record kepemimpinan, dan konsistensi antara pernyataan dengan tindakan. Fenomena ini mencerminkan evolusi perilaku pemilih Indonesia yang semakin rasional dan berbasis pada evaluasi kinerja objektif. Konsep kepemimpinan yang "merakyat" tidak lagi dipahami sebagai gaya populis semata, tetapi lebih pada kemampuan substantif pemimpin untuk memahami dan merespons aspirasi rakyat melalui kebijakan yang konkret dan berpihak pada kepentingan publik.

Ekspektasi masyarakat terhadap transparansi, akuntabilitas, dan good governance menunjukkan bahwa legitimasi politik calon presiden harus dibangun melalui kombinasi antara kualifikasi formal, kompetensi kepemimpinan, dan integritas moral. Fenomena fact-checking dan verifikasi informasi yang semakin masif di media sosial mengindikasikan bahwa masyarakat tidak lagi pasif dalam menerima

informasi politik, tetapi aktif melakukan evaluasi kritis terhadap autentisitas dan kredibilitas calon. Hal ini memberikan implikasi penting bagi strategi komunikasi politik calon presiden, yang harus lebih menekankan pada substansi dan konsistensi daripada retorika populis. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendekatan mixed-method dengan kombinasi observasi dan wawancara mendalam terbukti efektif dalam mengeksplorasi kompleksitas persepsi politik masyarakat, sehingga dapat menjadi referensi metodologis untuk penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidang komunikasi politik dan perilaku pemilih.

E. Daftar Pustaka

- Arniti, N. K. (2020). Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Ilmu Politik*, 15(2), 45-62.
- Atika, R., Sari, D. P., & Wibowo, A. (2023). Strategi komunikasi politik calon presiden melalui media sosial dalam Pemilu 2024. *Jurnal Komunikasi Politik*, 8(1), 23-41.
- Aspirasi. (2024). Persepsi masyarakat terhadap program ekonomi calon presiden 2024. *Jurnal Aspirasi Politik*, 12(3), 78-95.
- Bormann, E. G. (1985). *The Force of Fantasy: Restoring the American Dream*. Southern Illinois University Press.
- Daud, F. (2015). Prediktor perilaku pemilih pada pemilukada: Perspektif psikologi politik. *Jurnal Psikologi TALENTA*, 1(1), 88-101.
- Greenleaf, R. K. (1977). *Servant Leadership: A Journey into the Nature of Legitimate Power and Greatness*. Paulist Press.
- IRJE. (2025). Metodologi penelitian kualitatif dalam studi politik. *Indonesian Research Journal of Education*, 9(1), 112-128.
- Maharani, S. (2022). Pendekatan kualitatif dalam penelitian politik kontemporer. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 7(2), 156-173.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Rafi, M., Nurmandi, A., & Fridayani, H. D. (2024). Analisis strategi penyampaian produk politik calon presiden dalam kontestasi Pemilu 2024. *Jurnal Politik Indonesia*, 18(2), 234-251.
- ResearchGate. (2023). Klasifikasi sentimen masyarakat terhadap calon presiden menggunakan analisis big data. *International Journal of Political Science*, 11(4), 445-462.
- ResearchGate. (2024). Elektabilitas dan komunikasi politik dalam era digital. *Jurnal Komunikasi Politik Digital*, 6(2), 89-107.
- Sastroatmodjo, S. (1995). *Perilaku Politik*. IKIP Semarang Press.
- Simon, H. A. (1978). Rational decision-making in business organizations. *Nobel Memorial Lecture*, 8, 343-371.
- Tiyas Tinov, M. (2021). Transformasi politik identitas menuju politik programatik di Indonesia. *Jurnal Politik Kontemporer*, 9(3), 167-184.
- Universitas Jambi. (2024). Karakteristik demografi pemilih milenial dalam Pemilu 2024. *Jurnal Demografi Politik*, 13(1), 78-94.
- Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. Oxford University Press.
- Zahrotunnimah, Z. (2018). Rekonstruksi teori komunikasi politik dalam membangun persepsi publik. *STAATSRECHT: Indonesian Constitutional Law Journal*, 2(1), 45-67.