

INTISARI

Kerelawanan seringkali menjadi jembatan bagi seseorang untuk memberikan bantuan kepada pihak lain. Pendekatan ini dapat digunakan oleh calon presiden sebagai strategi pemasaran untuk membentuk citra diri dalam sebuah kontestasi politik. Citra diri yang baik akan menggiring pemilih untuk memberikan dukungan kepada kandidat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya perbedaan pilihan dan latar belakang responden pada dimensi-dimensi kerelawanan sehingga dapat dilihat perbandingan penilaian antar kelompok pemilih terhadap tingkat kepentingan dimensi-dimensi dalam kerelawanan. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melibatkan 563 responden dari berbagai latar belakang demografi. Data di analisis menggunakan *One Way Anova* dan Sampel Independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antar kelompok pemilih pada dimensi-dimensi dalam kerelawanan baik berdasarkan pilihan maupun latar belakangnya. Lebih jauh, Anies Rasyid Baswedan mendapatkan penilaian rerata tertinggi pada semua dimensi dibandingkan kandidat lainnya dan memiliki kecenderungan realisasi pemilihan yang lebih tinggi dibandingkan nilai prediksi. Sementara Prabowo Subianto mendapatkan nilai rerata paling rendah hampir di semua dimensi dibandingkan kandidat lain. Nilai rerata yang cenderung tinggi pada seluruh kategori mengimplikasikan bahwa kampanye politik harus mempertimbangkan dimensi-dimensi kerelawanan untuk menarik dukungan pemilih. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi preferensi pemilih.

Kata kunci: kerelawanan, dimensi kerelawanan, perilaku memilih, demografi pemilih, kontestasi politik.

ABSTRACT

Volunteering often acts as a bridge for individuals to assist others. Presidential candidates can employ this approach as a marketing strategy to shape their public image in a political contest. A positive public image can influence voters to support a candidate. This study aims to examine the differences in choices and backgrounds of respondents on the dimensions of volunteering, allowing for a comparison of assessments between voter groups regarding the importance of different dimensions in volunteering. The research was conducted using a quantitative approach with a survey method involving 563 respondents from various demographic backgrounds. Data were analyzed using One Way ANOVA and Independent Samples. The results indicate that there are differences between voter groups on the dimensions of volunteering based on their choices and backgrounds. Furthermore, Anies Rasyid Baswedan received the highest average rating across all dimensions compared to other candidates and showed a tendency for higher electoral realization than predicted values. Meanwhile, Prabowo Subianto received the lowest average rating in almost all dimensions compared to other candidates. The consistently high average ratings across all categories suggest that political campaigns should consider the dimensions of volunteering to attract voter support. Further research is needed to explore other factors that influence voter preferences.

Keywords: volunteerism, dimensions of volunteerism, voting behavior, voters demographics, political contest.