

Abstrak

Split ticket voting merupakan perilaku memilih ketika pemilih memilih kandidat dari partai politik yang berbeda untuk jabatan yang berbeda pada suatu pemilu. Menurut teori *low information voter*, *split ticket voting* di Indonesia didasarkan pada asumsi bahwa pemilih di Indonesia memiliki rasionalitas yang rendah sehingga mereka tidak memiliki identifikasi partai dan hanya berfokus pada figur kandidat. Penelitian ini berusaha untuk membuktikan relevansi teori tersebut pada Pemilu 2024 lalu menggunakan pendekatan kuantitatif. Melalui observasi 425 sampel yang dikumpulkan melalui survei untuk mengukur identifikasi partai dan figur kandidat, kedua variabel tersebut akan dianalisis menggunakan regresi logistik untuk mengetahui pengaruhnya terhadap perilaku *split ticket voting* pada pemilih Generasi Z yang berumur 17 hingga 27 tahun dan berdomisili di Sleman. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Generasi Z memang memiliki kecenderungan untuk memilih berdasarkan figur kandidat. Akan tetapi, variabel tersebut tidak memiliki signifikansi yang cukup kuat untuk dapat mempengaruhi perilaku *split ticket voting*. Sebaliknya, penelitian ini menemukan bahwa Generasi Z sendiri mulai memiliki identifikasi terhadap sebuah partai politik dan identifikasi tersebut mempengaruhi perilaku memilih dengan mendorong perilaku *straight ticket voting*. Dengan demikian, temuan penelitian ini menolak pernyataan bahwa pemilih Generasi Z di Sleman merupakan pemilih dengan rasionalitas rendah.

Kata Kunci: Perilaku Memilih, *Split Ticket Voting*, Identifikasi Partai, Figur Kandidat, Pemilu, Generasi Z, Sleman

Abstract

Split ticket voting is a voting behaviour that occurs when someone voted for candidates from different political parties for different public offices. Low voter information theory argued that voters in Indonesia exhibits low rationality, therefore they tend to have no party identification and could only focus on candidates as the underlying factor of their voting behaviour. This study aims to assess the relevance of the theory by analysing the voting behaviour of Generation Z in Indonesia's 2024 General Election. Utilizing a survey-based approach, data were collected from 425 respondents to measure party identification and candidate perception. These variables will be analysed using logistic regression to examine their influence on split ticket voting behaviour among Generation Z voters. The population of this study consists of individuals aged 17 to 27 residing in Sleman who participated in the election by voting for presidential and vice-presidential candidates as well as candidates for the House of Representatives. This research found that Generation Z does tend to vote by their perception of candidate figures. However, said variable is not strong enough to influence voters on choosing either to vote by splitting their ticket or voting straight. On the contrary, this study found that Generation Z is starting to identify themselves with a political party and rationally vote for a particular party or its candidate based on their ideology or political stances on certain issues. This party identification influences their voting behaviour to promote straight ticket voting in a general election. Therefore, the findings of this research reject the assumption of Generation Z in Sleman being voters with low rationality.

Keywords: Voting Behaviour, Split Ticket Voting, Party Identification, Candidate Figure, Election, Generation Z, Sleman