

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas kandidat, program partai, kampanye digital, dan identifikasi politik terhadap perilaku pemilih terhadap Partai Kebangkitan Nusantara (PKN) sebagai partai baru dalam Pemilu Legislatif 2024 di DKI Jakarta. PKN hadir sebagai salah satu partai baru yang mencoba bersaing dengan partai-partai lama yang sudah mapan. Namun, dalam membangun kepercayaan dan minat pemilih, partai baru menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam hal pengenalan kandidat, program, serta kedekatan nilai politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki pengaruh terhadap perilaku pemilih, dengan identifikasi politik sebagai faktor paling dominan dalam membentuk kecenderungan memilih. Sebaliknya, kampanye digital memiliki pengaruh negatif karena dinilai tidak menarik dan kurang kredibel. Mayoritas responden menilai bahwa PKN belum menunjukkan keunikan program, kekuatan figur kandidat, maupun identitas politik yang berbeda dari partai lain. Hal ini menandakan bahwa PKN sebagai partai baru masih memerlukan strategi yang lebih kuat dalam membangun citra dan kedekatan politik dengan masyarakat urban DKI Jakarta.

Kata kunci: Perilaku Pemilih, Partai Baru, Kualitas Kandidat, Program Politik, Kampanye Digital.

Abstract

This study aims to examine the influence of candidate quality, party programs, digital campaigns, and political identification on voter behavior toward the Partai Kebangkitan Nusantara (PKN) as a new political party in the 2024 Legislative Election in Jakarta. As a newly established party, PKN faces various challenges in competing with long-established parties, particularly in building voter trust and engagement through candidate recognition, program clarity, and ideological proximity. The findings show that all independent variables significantly influence voter behavior, with political identification emerging as the most dominant factor shaping voting tendencies. In contrast, digital campaigns had a negative influence due to being perceived as unappealing and lacking credibility. The majority of respondents believe that PKN has not yet presented distinctive programs, strong candidate profiles, or a political identity that sets it apart from existing parties. This indicates that PKN, as a new party, still needs a stronger strategy to build a political image and emotional connection with urban voters in Jakarta.

Keywords: Voter Behavior, New Political Party, Candidate Quality, Party Program, Digital Campaign.