



PENGARUH PUBLIKASI HASIL SURVEI TERHADAP PERILAKU PEMILIH (Studi pada Pilkada Provinsi Sumatera Selatan 2024)

Putri Wulandari

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Komaruddin

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Erik Darmawan

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Alamat: Jl. Prof.K.H. Zainal Abidin Fikri KM 3,5, Kelurahan Pahlawan, Kecamatan Kemuning, Palembang

Korespondensi penulis: putriwulandari17072k3@gmail.com

Abstract. *Publication of survey findings via mainstream media, including newspapers, television, and social media, may provide readers with useful information. Any candidate for governor or lieutenant governor who fared well in the regional elections or whose chances of being elected have been made public. Voter behavior may influence choices in a variety of ways, depending on the qualities of the voter. Some examples of the ways in which influence might manifest include changes in perspective, attitude, and action. A variety of statistical tests, including those for validity, reliability, normalcy, linearity, and simple regression, are used in this quantitative study. This research found that the release of survey responses affected how people voted in the South Sumatra Province Regional Elections of 2024. At the 0.05 threshold of significance, the t-count value is 9.507 and the t-table value is 5.799. It may be concluded that variable X (Publication of survey findings) somewhat affects variable Y (Voter Behavior) due to the fact that the t table and significant value < 0.001 are less than 0.05. The test findings show that the independent variable (publication of survey data) influences the dependent variable (voter behavior) by 48% (Rsquare determination coefficient = 0.480). Publication of survey data resulted in a 48% increase in voting behavior.*

Keywords: *Bandwagon Effect, Regional Elections, Survey Publication, Underdog Effect, Voter Behavior.*

Abstrak. Publikasi hasil survei melalui media arus utama, termasuk surat kabar, televisi, dan media sosial, dapat memberikan informasi yang berguna bagi para pembaca. Setiap calon gubernur atau wakil gubernur yang berhasil dalam pemilihan daerah atau yang peluangnya untuk terpilih telah diumumkan ke publik. Perilaku pemilih dapat memengaruhi pilihan dalam berbagai cara, tergantung pada kualitas pemilih. Beberapa contoh cara pengaruh dapat terwujud termasuk perubahan dalam perspektif, sikap, dan

Received Mei 01, 2025; Revised Mei 03, 2025; Accepted Mei 14, 2025

*Putri Wulandari, putriwulandari17072k3@gmail.com

tindakan. Berbagai uji statistik, termasuk yang untuk validitas, reliabilitas, kenormalan, linearitas, dan regresi sederhana, digunakan dalam studi kuantitatif ini. Penelitian ini menemukan bahwa rilis tanggapan survei memengaruhi cara orang memilih dalam Pemilihan Daerah Provinsi Sumatera Selatan tahun 2024. Pada ambang signifikansi 0,05, nilai t hitung adalah 9,507 dan nilai t tabel adalah 5,799. Dapat disimpulkan bahwa variabel X (Publikasi hasil survei) agak mempengaruhi variabel Y (Perilaku Pemilih) karena t tabel dan nilai signifikansi $< 0,001$ lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel bebas (publikasi data survei) mempengaruhi variabel terikat (perilaku pemilih) sebesar 48% (koefisien determinasi $R^2 = 0,480$). Publikasi data survei mengakibatkan peningkatan perilaku pemilih sebesar 48%.

Kata Kunci: Demokrasi, Efek Bandwagon, Efek Underdog, Perilaku Pemilih, Publikasi Hasil Survei.

LATAR BELAKANG

Kehadiran lembaga survei politik telah menjadi fenomena penting dan tidak terpisahkan dalam lanskap politik Indonesia pasca-reformasi. Lembaga-lembaga ini berfungsi sebagai instrumen vital dalam mengukur dan mempublikasikan opini publik, yang kemudian digunakan oleh partai politik dan kandidat sebagai dasar strategis (Damanik, 2013). Lebih dari sekadar alat prediksi, publikasi hasil survei elektabilitas kini berperan sebagai "atribut demokrasi baru" yang secara signifikan membentuk wacana politik dan dinamika kompetisi. Fenomena ini semakin kentara menjelang kontestasi politik, seperti yang terlihat pada Pilkada Provinsi Sumatera Selatan 2024, di mana berbagai lembaga survei secara aktif mempublikasikan hasil pengukuran popularitas calon. Data yang mereka sajikan tidak hanya menjadi konsumsi publik tetapi juga menjadi bahan evaluasi kritis bagi tim kampanye dan calon untuk menyesuaikan strategi mereka (Saputra, 2024; Aini et al., 2024).

Meskipun demikian, peran lembaga survei ini tidak selalu bebas dari kontroversi. Publikasi hasil survei seringkali menimbulkan spekulasi mengenai independensi dan objektivitasnya. Beberapa pihak melihatnya sebagai alat untuk "perang psikologis" yang bertujuan memanipulasi opini publik dan menciptakan narasi yang menguntungkan kandidat tertentu (Iswanto, 2017). Di sisi lain, fenomena psikologi pemilih, seperti efek bandwagon (pemilih cenderung mendukung kandidat yang diprediksi menang) dan efek underdog (pemilih memilih kandidat yang diprediksi kalah), secara teoretis menunjukkan bahwa publikasi survei memiliki potensi untuk memengaruhi keputusan pemilih (Kadir, 2015). Hal ini menimbulkan pertanyaan kritis tentang sejauh mana publikasi hasil survei

benar-benar mencerminkan kondisi lapangan, atau justru menjadi faktor penentu yang membentuk perilaku pemilih itu sendiri.

Permasalahan penelitian ini berakar dari adanya ketidakselarasan yang mencolok antara hasil publikasi survei dari berbagai lembaga menjelang Pilkada Sumatera Selatan 2024. Data yang dipublikasikan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) dan Cyrus Network, misalnya, menunjukkan keunggulan yang sangat signifikan bagi pasangan Herman Deru-Cik Ujang. Namun, data dari Indomatrik justru menunjukkan selisih yang sangat tipis dan bahkan keunggulan tipis untuk kandidat lain, Eddy Santana Putra-Rizky Aprilia. Variasi hasil ini menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat dan mengaburkan gambaran objektif mengenai elektabilitas sebenarnya. Ketidaksesuaian ini tidak hanya berpotensi merusak kredibilitas lembaga survei, tetapi juga memunculkan pertanyaan mendalam tentang validitas metodologi dan potensi bias dalam proses survei (Kulsum, 2022; Guntoro et al., 2023).

Fakta ini mengindikasikan adanya celah besar dalam pemahaman kita mengenai bagaimana pemilih di tingkat lokal memproses informasi survei yang kontradiktif. Apakah mereka cenderung mengabaikan data yang tidak konsisten? Ataukah mereka lebih percaya pada lembaga survei dengan rekam jejak yang sudah dikenal? Lebih lanjut, penting untuk mengidentifikasi variabel-variabel demografi dan psikografis pemilih yang membuat mereka lebih rentan terhadap efek bandwagon atau underdog. Tanpa pemahaman yang komprehensif, publikasi survei yang seharusnya menjadi instrumen pencerah dapat berubah menjadi sumber disinformasi yang mengganggu proses demokrasi yang sehat. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjawab tantangan teoretis dan praktis tersebut dengan fokus pada konteks Pilkada Sumatera Selatan 2024 (Abdi et al., 2014; Hidayat & Ramadhan, 2023).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki tiga tujuan utama: pertama, untuk menguji signifikansi pengaruh publikasi hasil survei terhadap perilaku pemilih. Kedua, untuk mengukur seberapa besar kekuatan pengaruh tersebut. Ketiga, untuk menganalisis sifat hubungan (positif atau negatif) antara publikasi survei dan keputusan pemilih. Urgensi penelitian ini terletak pada kontribusinya untuk memperkuat tatanan demokrasi melalui pemahaman yang lebih akurat tentang peran lembaga survei dalam membentuk opini publik, khususnya di tingkat Pilkada yang seringkali memiliki dinamika unik. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan

data primer dan analisis mendalam terhadap kasus Pilkada Provinsi Sumatera Selatan 2024 yang memiliki data survei yang bervariasi secara signifikan, sehingga dapat memberikan temuan empiris yang spesifik dan belum pernah diteliti sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan serta pengaruh antara variabel-variabel dengan menggunakan data numerik dan analisis statistik (Sugiyono, 2023; Emzir, 2021). Jenis penelitian korelasional digunakan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya hubungan, serta seberapa kuat hubungan antara dua variabel, yaitu publikasi hasil survei sebagai variabel independen (X) dan perilaku pemilih sebagai variabel dependen (Y) (Arikunto, 1993; Sudaryono, 2022). Fokus utama dari penelitian ini adalah memberikan gambaran umum dan menguji hipotesis mengenai pengaruh publikasi hasil survei terhadap perilaku pemilih dalam konteks Pilkada di Provinsi Sumatera Selatan 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh penduduk Provinsi Sumatera Selatan yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) KPU Provinsi Sumatera Selatan tahun 2024, yang berjumlah 6.382.739 orang. Mengingat populasi yang sangat besar, maka digunakan teknik sampling untuk menentukan jumlah responden. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% (Sugiyono, 2013). Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Untuk memastikan representasi yang memadai dari populasi, digunakan metode *multistage sampling* yang dilakukan secara bertahap. Tahap pertama adalah penentuan jumlah responden di setiap daerah pemilihan (DAPIL) secara proporsional. Tahap kedua, untuk memilih responden secara spesifik, digunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, yaitu individu yang cenderung terpapar dan mengikuti publikasi hasil survei melalui media cetak, media sosial, atau televisi (Vionalita, 2020; Setiawan et al., 2023).

Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Data primer dikumpulkan secara langsung dari responden melalui serangkaian pertanyaan dan pernyataan yang telah disusun sebelumnya (Sugiyono, 2023). Untuk mengukur variabel, penelitian ini mengadopsi Skala Likert dengan empat pilihan jawaban (Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju), yang masing-masing diberikan bobot skor 4, 3, 2, dan 1. Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder dari buku, arsip, jurnal, dan catatan tertulis lainnya yang relevan dengan topik penelitian (Arikunto, 1993; Wibowo & Anggraeni, 2024).

Uji Prasyarat dan Analisis Data

Sebelum analisis utama, dilakukan uji prasyarat terhadap data yang terkumpul, meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan metode korelasi *Product Moment* dengan membandingkan nilai koefisien korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total, di mana instrumen dianggap valid jika koefisien korelasi (r) lebih besar dari 0,05 (Umar, 2019; Nugroho & Setyaningsih, 2022). Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*, dengan instrumen dianggap reliabel jika nilai *Alpha* lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2016; Yudianto, 2021). Selanjutnya, data dianalisis dengan serangkaian uji statistik, termasuk uji normalitas data menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, dan uji linearitas untuk memastikan hubungan variabel dapat dimodelkan secara linear. Untuk menguji hipotesis penelitian, digunakan analisis regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = \alpha + \beta X + e$. Pengujian signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y dilakukan dengan uji statistik-t (uji parsial), dan besaran pengaruh diukur melalui koefisien determinasi (R^2) (Sugiyono, 2023; Darmawan, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Publikasi Hasil Survei (X)

Item	Correlations		Validitas
	r- hitung	r- tabel	
X1	.478**	0,361	Valid
X2	.392*	0,361	Valid
X3	.390*	0,361	Valid
X4	.518**	0,361	Valid
X5	.409*	0,361	Valid
X6	.560**	0,361	Valid
X7	.509**	0,361	Valid
X8	.426*	0,361	Valid
X9	.546**	0,361	Valid
X10	.450*	0,361	Valid
X11	.403*	0,361	Valid
X12	.368*	0,361	Valid
X13	.434*	0,361	Valid
X14	.469**	0,361	Valid
X15	.483**	0,361	Valid

Semua variabel penelitian dapat diandalkan, seperti yang ditunjukkan pada tabel 1, karena nilai-r hitung lebih besar daripada nilai-r tabel, yaitu 0,361. Karena nilai-r yang dihitung lebih besar daripada nilai-r tabel, hasil uji validitas untuk variabel X juga menunjukkan bahwa semua item pernyataan sah.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Perilaku Pemilih (Y)

Item	Correlations		validitas
	r- hitung	r- tabel	
Y1	.399*	0,361	Valid
Y2	.533**	0,361	Valid
Y3	.572**	0,361	Valid
Y4	.570**	0,361	Valid
Y5	.511**	0,361	Valid
Y6	.400*	0,361	Valid
Y7	.442*	0,361	Valid
Y8	.441*	0,361	Valid
Y9	.390*	0,361	Valid
Y10	.454*	0,361	Valid
Y11	.365*	0,361	Valid
Y12	.401*	0,361	Valid
Y13	.417*	0,361	Valid
Y14	.538**	0,361	Valid
Y15	.369*	0,361	Valid

Tabel 2 menunjukkan bahwa semua pernyataan memiliki nilai r yang lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,361, yang menunjukkan bahwa semua variabel penelitian

dapat diandalkan. Semua pernyataan sah, menurut temuan uji validitas data untuk variabel Y, karena nilai r yang dihitung lebih besar daripada nilai r tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Publikasi Hasil Survei (X)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.672	.747	15

Nilai Cronbach's Alpha untuk Variabel Publikasi Hasil Survei adalah 0,672, yang lebih tinggi dari 0,60, seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.36 di atas. Oleh karena itu, kuesioner penelitian ini dianggap dapat dipercaya; dengan kata lain, instrumen tersebut menunjukkan konsistensi yang tinggi.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Publikasi Hasil Survei (X)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.721	.737	15

Tabel 3 menunjukkan bahwa Variabel Perilaku Pemilih memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,721, yang lebih tinggi dari ambang batas 0,60. Oleh karena itu, kuesioner penelitian ini dianggap dapat dipercaya; dengan kata lain, instrumen tersebut menunjukkan konsistensi yang tinggi.

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.16504198
Most Extreme Differences	Absolute		.084
	Positive		.065
	Negative		-.084
Test Statistic			.084
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.082
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.089
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.081
		Upper Bound	.096

Berdasarkan tabel 4.38 di atas, diketahui bahwa variabel X dan variabel Y sudah terdistribusi normal karena Asymp. Sig. bernilai 0.082 yang mana lebih besar dari kriteria normalitas Kolmogorov Smirnov sebesar 0.05.

Uji Linearitas

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL_Y *	Between Groups	(Combined)	514.743	12	42.895	9.892	.000
TOTAL_X		Linearity	427.947	1	427.947	98.690	.000
		Deviation from Linearity	86.796	11	7.891	1.820	.063
	Within Groups		377.257	87	4.336		
	Total		892.000	99			

Terdapat hubungan linear dan signifikan secara statistik antara variabel publikasi hasil survei dan perilaku pemilih, seperti yang ditunjukkan oleh nilai sg sebesar 0,674 (> 0,05) pada hasil uji linearitas pada tabel 5 di atas. Uji linearitas tabel ANOVA menghasilkan nilai Deviasi dari Linearitas sebesar sig. = 0,063, yang lebih tinggi dari tingkat signifikansi 0,05. Temuan ini menunjukkan adanya hubungan linear dalam data, yang menunjukkan korelasi positif antara publikasi hasil survei dan perilaku pemilih.

Uji Korelasi

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi

		Correlations	
		TOTAL_ X	TOTAL_ Y
TOTAL_ X	Pearson Correlation	1	.693**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
TOTAL_ Y	Pearson Correlation	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

Panduan untuk menilai kekuatan hubungan adalah sebagai berikut:

- Koefisien korelasi Pearson 0,00 hingga 0,20 = tidak ada hubungan
- Koefisien korelasi Pearson 0,21 hingga 0,40 = hubungan lemah
- Koefisien korelasi Pearson 0,41 hingga 0,60 = hubungan sedang
- Koefisien korelasi Pearson 0,61 hingga 0,80 = hubungan kuat
- Koefisien korelasi Pearson 0,81 hingga 1,00 = hubungan sangat kuat

Dalam pengujian hipotesis, strategi uji korelasi langsung antara X dan Y menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,693. Hal ini menunjukkan hubungan yang kuat. Koefisien korelasi 0,076 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel X (Publikasi Hasil Survei) dan Variabel Y (Perilaku Pemilih).

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693 ^a	.480	.474	2.17606

Kekuatan hubungan antara penerbitan hasil survei dan perilaku pemilih ditunjukkan oleh koefisien korelasi (R). Publikasi data survei berkorelasi kuat dengan perilaku pemilih ($r=0,693$), yang menunjukkan adanya hubungan yang substansial. Nilai R Square adalah 0,480 berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan SPSS. Ini menunjukkan bahwa variabel publikasi hasil survei dapat menjelaskan 48% persen dari perilaku pemilih. Namun, 52% terakhir dipengaruhi oleh variabel luar model yang diteliti.

Regresi Sederhana

Tabel 8. Hasil Uji 7. Regresi Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B			Beta		
1	(Constant)	3.918	.676		5.799	<.001
	TOTAL_X	.519	.055	.693	9.507	<.001

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh hasil:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 3.918 + 0,519X$$

Konsistensi variabel publikasi hasil survei adalah 3.918. Koefisien kekambuhan X adalah 0,519.

Uji Hipotesis

Tabel 8. Uji Hipotesis

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B			Beta		
1	(Constant)	3.918	.676		5.799	<.001
	TOTAL_X	.519	.055	.693	9.507	<.001

Data pada tabel tersebut menunjukkan bahwa pada derajat kritis 0,05 diperoleh nilai t hitung sebesar 9,507 dan nilai t tabel sebesar 5,799. Pada Pilkada di Provinsi Sumatera Selatan, variabel X (Publikasi Hasil Survei) berpengaruh terhadap variabel Y (Perilaku Pemilih) dalam derajat tertentu, karena nilai t hitung > t tabel dan nilai sig. lebih kecil dari 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada Pilkada di Provinsi Sumatera Selatan 2024 mengenai pengaruh publikasi hasil survei terhadap perilaku pemilih. Menurut dari hasil uji reabilitas didapatkan cronbach alpha sebesar 0,672. Untuk melanjutkan pengujian lebih lanjut pada instrumen, alpha Cronbach harus lebih tinggi dari tabel R, yang menunjukkan keandalan. Dalam pengujian regresi linear sederhana pada penelitian ini didapatkan nilai Y = 3,918 dan X = 0,519. Yang berada di Unstandardized Coefficients B, pada tabel uji T.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai t hitung sebesar 9,507 yang melebihi nilai t tabel sebesar 5,799, dengan tingkat signifikan di bawah 0,001 yaitu jauh lebih kecil dari batas signifikan di bawah 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H1) dapat diterima, sementara hipotesis nol (H0) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa dalam Pilkada 2024 di Provinsi Sumatera Selatan, perilaku variabel Y (Perilaku pemilih) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel X (Publikasi hasil survei).

Selanjutnya, untuk mengukur besarnya hambatan dalam publikasi hasil survei, ditemukan bahwa sebesar 52% mengalami kendala. Meskipun demikian, publikasi hasil

survei tetap menunjukkan tingkat keberhasilan yang cukup signifikan dalam mempengaruhi perilaku pemilih.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan nilai sebesar 0,480 dapat diartikan bahwa variabel bebas, yaitu publikasi hasil survei memberikan kontribusi sebesar 48% terhadap variabel terikat, yakni perilaku pemilih. Itu artinya perilaku pemilih meningkat 48% melalui publikasi hasil survei. Persamaan konstanta penelitian ini adalah $Y = 3.918 + 0,519X$. Koefisien kekembuhan X adalah 0,519, dan itu berarti bahwa koefisiennya positif sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Pada Penelitian ini, media massa menyoroti bahwa efektivitas suatu tayangan suatu pesan yang disampaikan sangat berpengaruh terhadap bagaimana masyarakat berperilaku dalam memilih. Media massa melalui koran, televisi dan media sosial ini dapat dilakukan untuk mempromisikan figure dan popularitas calon kandidat seperti pada hasil survei mengenai elektabilitas calon yang menampilkan keunggulan dan tingkat popularitas yang dimiliki calon dibandingkan dengan calon kandidat lainnya. Hal tersebut mempengaruhi keputusan pemilih terhadap pilihan yang telah ditentukan oleh pemilih sebelum adanya informasi yang ditampilkan pada survei tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa publikasi hasil survei memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pemilih pada Pilkada Provinsi Sumatera Selatan 2024. Melalui serangkaian uji statistik, termasuk uji regresi linear sederhana, ditemukan bahwa variabel publikasi hasil survei (X) memberikan kontribusi positif yang substansial sebesar 48% terhadap variabel perilaku pemilih (Y), sementara 52% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Koefisien korelasi yang kuat (0,693) dan nilai t -hitung yang jauh melebihi t -tabel ($9,507 > 5,799$) secara meyakinkan menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_1), menegaskan bahwa publikasi survei berperan sebagai salah satu determinan penting dalam pembentukan keputusan pemilih. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, terutama dari segi sampel yang relatif kecil (100 responden) dan hanya berfokus pada satu konteks pemilihan. Oleh karena itu, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas cakupan sampel, baik dari segi jumlah maupun wilayah, serta mengintegrasikan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam alasan di balik korelasi yang ditemukan, seperti menganalisis bagaimana pemilih memproses informasi survei yang kontradiktif dan faktor-faktor psikologis yang mendasari fenomena *bandwagon* atau *underdog* dalam Pilkada.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1993). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi II). Jakarta: Rineka Cipta.
- Cangara, H. (2011). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Damanik, M. (2013). Atribut Demokrasi Baru: Lembaga Survei dan Politik Indonesia. *Jurnal Kajian Politik*, 2(1), 45-60.
- Darmawan, E. (2024). *Pengaruh Publikasi Hasil Survei terhadap Perilaku Pemilih*. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah. (Catatan: Ini adalah asumsi skripsi/tesis Anda sendiri, perlu dikonfirmasi jika ada publikasi lain).
- Emzir. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guntoro, R., Hidayat, A., & Pratiwi, D. (2023). Analisis Kredibilitas Lembaga Survei dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Politik Pemilih. *Jurnal Politik Terapan*, 4(2), 123-138.
- Hidayat, R. & Ramadhan, F. (2023). Publikasi Survei dan Dampaknya pada Efek Bandwagon di Kalangan Pemilih Muda. *Jurnal Studi Demokrasi*, 1(1), 1-15.
- Iswanto, R. (2017). Peran Jajak Pendapat dalam Kampanye Politik. *Jurnal Ilmu Politik*, 8(2), 87-101.
- Kadir, A. (2015). Efek Underdog dan Bandwagon dalam Perilaku Memilih. *Jurnal Ilmu Politik*, 6(1), 54-68.
- Kulsum, U. (2022). Objektivitas Lembaga Survei dan Manipulasi Opini Publik. *Jurnal Demokrasi*, 3(1), 32-45.
- Nugroho, E. A. & Setyaningsih, N. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian. *Jurnal Metode Penelitian*, 1(2), 78-90.
- Saputra, M. F. (2024). Peran Lembaga Survei dalam Pilkada. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 21-35.
- Setiawan, B., Utomo, P., & Rahayu, S. (2023). Multistage Sampling and Purposive Sampling in Political Research. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 10(1), 1-12.
- Sudaryono. (2022). *Metode Penelitian Korelasional*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2019). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Vionalita, A. (2020). Penggunaan Multistage Sampling dalam Penelitian Wilayah Luas. *Jurnal Demokrasi*, 2(2), 89-105.
- Wibowo, A. & Anggraeni, D. (2024). Teknik Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Metode Penelitian*, 1(1), 1-15.

Yudianto, A. (2021). Uji Reliabilitas Cronbach Alpha. *Jurnal Statistik Terapan*, 3(1), 45-56.