

**PENGARUH IDENTITAS KEAGAMAAN DAN PERSEPSI
EKONOMI TERHADAP PERILAKU MEMILIH
MASYARAKAT KOTA PADANG PADA PEMILIHAN
PRESIDEN TAHUN 2024**

SKRIPSI

Oleh:

WINDICHA OKLIYANI

NIM. 2110833009



PEMBIMBING:

Dr. Irawati, MA

Andhik Beni Saputra, S.IP, MA

DEPARTEMEN ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh identitas keagamaan dan persepsi kinerja ekonomi pemerintahan Presiden Jokowi terhadap perilaku memilih masyarakat Kota Padang pada Pemilihan Presiden 2024. Fenomena dominannya pasangan Anies-Muhaimin di Kota Padang, yang kontras dengan tren nasional, menjadi latar belakang utama penelitian ini. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif dan bersifat *cross-sectional*. Data dikumpulkan melalui survei dengan teknik *probability sampling* dan dianalisis menggunakan regresi logistik biner. Teori utama yang digunakan adalah konsep kesalehan dalam Islam untuk menjelaskan pengaruh identitas keagamaan, dan teori *economic voting* untuk menjelaskan pengaruh persepsi kinerja ekonomi terhadap preferensi politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen identitas keagamaan dan persepsi terhadap kinerja ekonomi berpengaruh signifikan terhadap perilaku memilih. Identitas keagamaan, yang direpresentasikan oleh tingkat religiusitas tinggi masyarakat Minangkabau, mendorong pemilih untuk mendukung pasangan calon yang diasosiasikan dengan nilai-nilai Islam. Di sisi lain, persepsi negatif terhadap kinerja ekonomi pemerintahan Jokowi memperkuat kecenderungan untuk memilih pasangan oposisi. Kedua temuan ini menegaskan bahwa faktor identitas dan ekonomi memiliki peran penting dalam membentuk pilihan politik, khususnya dalam konteks lokal yang religius dan konservatif seperti Kota Padang.

Kata Kunci: Perilaku Memilih, Identitas Keagamaan, Persepsi Ekonomi, Pemilihan Presiden Tahun 2024, Kota Padang.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of religious identity and perceptions of President Jokowi's economic performance on voting behavior in Padang City during the 2024 Presidential Election. The research is motivated by the dominance of the Anies-Muhaimin ticket in Padang, which contrasts sharply with national trends. A quantitative approach was employed, using an explanatory and cross-sectional research design. Data were collected through surveys using a probability sampling technique and analyzed using binary logistic regression. The main theoretical frameworks used are the concept of piety in Islam to explain the role of religious identity, and economic voting theory to explain the impact of economic performance perceptions on political preferences. The findings show that both independent variables of religious identity and perceptions of economic performance have a significant influence on voting behavior. Religious identity, reflected in the high level of religiosity among the Minangkabau community, tends to drive voters to support candidates associated with Islamic values. On the other hand, negative perceptions of Jokowi's economic performance reinforce the tendency to vote for the opposition. These findings affirm that identity and economic factors play a crucial role in shaping political choices, especially in religious and conservative local contexts like Padang City.

Keywords: *Voting Behavior, Religious Identity, Economic Perception, 2024 Presidential Election, Padang City.*

