

KETERLIBATAN SELEBRITI DALAM PEMILU INDONESIA PASCA ORDE BARU

Ikhsan Darmawan

Departemen Ilmu Politik, FISIP, Universitas Indonesia
E-mail: ikhsan_darmawan@yahoo.com

ABSTRAK. Politik Indonesia pasca Orde Baru ditandai oleh banyak perubahan. Salah satunya adalah makin pentingnya peran calon di dalam pemilu. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab tiga pertanyaan kunci: (1) Bagaimana keterlibatan selebriti dalam Pemilu Legislatif Indonesia pasca Orde Baru? (2) Mengapa ada kecenderungan makin banyak selebriti yang terlibat dalam pemilu legislatif nasional di Indonesia? (3) Apa saja dampak dari keterlibatan selebriti dalam pemilu legislatif nasional Indonesia? Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pelaksanaan penelitian dilakukan selama bulan April-Mei 2014. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode studi literatur berupa pengumpulan referensi dan data-data sekunder. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif yaitu dengan menggunakan langkah-langkah yaitu analisis reduksi dan analisis penyajian data. Penelitian ini menunjukkan bahwa, pertama, terdapat perubahan model keterlibatan selebriti dalam Pemilu Legislatif pasca Orde Baru. Kedua, keterlibatan selebriti dalam pemilu disebabkan oleh perubahan dalam sistem pemilu, perubahan dalam perilaku memilih pemilih di Indonesia, dan makin pragmatisnya kebanyakan partai politik. Ketiga, dampak dari keterlibatan selebriti di pemilu Indonesia adalah kepercayaan publik terhadap kompetensi selebriti politisi.

Kata kunci: Politik Selebriti, Pemilu Legislatif, Politik Indonesia

CELEBRITY INVOLVEMENT IN POST-NEW ORDER INDONESIA ELECTION

ABSTRACT. *The politics of post-New Order era is marked by many changes. One of the changes is the more importance of the role of candidate in the election. This research aims to answer three key questions: (1) How is the involvement of celebrities in Indonesia's Legislative Elections in post New Order era? (2) Why there are tendency that many celebrities involved in Indonesia's national elections? (3) What are the impacts of the involvement of celebrities in Indonesia's elections? This research uses qualitative approach. The research was held in April-May 2014. The technique of collecting data is literature study method by collecting reference and secondary data. While the method of data analysis used is qualitative analysis technique which uses the data reduction and data presentation analysis. This study shows that, first, there is change in the model of celebrities' involvement in Indonesia's Legislative Elections. Second, the involvement of the celebrities is caused by the change in the Indonesia legislative election system, the change in the Indonesia's voters voting behavior; and the more pragmatist of most of the political parties. Third, the impact of the involvement of celebrities in Indonesia's elections is on the confidence of the public to the celebrity politicians' competence.*

Key words: *Celebrity Politics, Legislative Election, Indonesia's politics*

PENDAHULUAN

Politik Indonesia pasca Orde Baru ditandai oleh banyak perubahan. Salah satunya adalah makin pentingnya peran kandidat dalam pemilu. Fealy (2014) menyatakan bahwa politik Indonesia makin lebih didorong oleh personalitas individu daripada mesin partai politik.

Berkaitan dengan hal itu, salah satu kajian yang bertalian dengan keterlibatan individu dalam politik adalah mengenai selebriti. Studi ilmiah mengenai selebriti dan politik Indonesia masih relatif terbatas. Setidaknya ada tiga kajian bertemakan selebriti dan politik. Pertama, adalah paper Wasisto Raharjo Jati. Paper Jati (2014) membahas soal seberapa efektif dan efisienkah model selebritas politik maupun politik selebritas dalam upayanya meraih dukungan suara besar. Selain itu, paper itu juga membahas kekurangan dan kelebihanannya dari model tersebut.

Sebelumnya ada tesis Wahyuni Choiriyati (2009) yang membahas konstruksi pemberitaan politik yang mengarah pada praktik pragmatisme politik dalam konteks pemberitaan selebriti politisi. Juga, ada buku Alfito Deannova (2008) yang mengungkap fenomena caleg selebriti dalam kerangka *political marketing* dan *pop culture*.

Di luar Indonesia, studi soal politik selebriti dan selebriti politik sudah lama berkembang. Misalnya saja, Gamson (1994) yang membahas mengenai selebriti di awal dan akhir abad 20 dan bagaimana produksi dari selebriti terjadi. Ada juga West dan Orman (2003) yang menulis soal evolusi dan dampak dari *celebrity politics* di Amerika Serikat.

Studi tentang selebriti dan politik di Indonesia makin lama makin menarik berangkat dari fenomena makin banyaknya jumlah partai politik yang menjadikan selebriti sebagai caleg dan banyaknya selebriti yang terlibat dalam politik Indonesia, khususnya pemilu nasional. Pada Pemilu 2004, ada 13 dari 48 partai politik yang melibatkan selebriti sebagai caleg mereka. Pada Pemilu 2009, dari 38 partai politik, 11 partai politik di antara mengikutsertakan caleg dari kalangan selebriti dalam daftar caleg mereka. Terakhir, pada Pemilu 2014, jumlah partai politik yang memiliki caleg selebriti makin menurun menjadi 10 partai politik dari keseluruhan 12 partai politik nasional peserta pemilu (Lihat Tabel 1).

Walaupun dari sisi jumlah partai politik yang melibatkan caleg selebriti ada kecenderungan makin menurun, jumlah keseluruhan caleg selebriti justru

Tabel 1. Jumlah Partai yang Melibatkan Selebriti dalam Pemilu di Indonesia Pasca Orde Baru

Tahun Pemilu	Jumlah Partai Peserta Pemilu	Jumlah Partai yang Melibatkan Selebriti dalam Pemilu
2004	48	13
2009	38	11
2014	12	10

Sumber: Diolah penulis dari berbagai sumber.

*: Persentase Selebriti Caleg Dibanding Selebriti yang Menjadi Anggota DPR.

Tabel 2. Jumlah dan Persentase Selebriti yang Terlibat dalam Pemilu dan Menjadi Anggota DPR

Tahun Pemilu	Jumlah Selebriti Caleg	Jumlah Selebriti yang Menjadi Anggota DPR	Persentase*
2004	38	7	18%
2009	61	19	31%
2014	77	22	29%

Sumber: Diolah penulis dari berbagai sumber.

meningkat. Di Pemilu 2004, ada 38 orang caleg yang berasal dari kalangan selebriti. Di dua pemilu berikutnya, yaitu Pemilu 2009 dan Pemilu 2014, jumlahnya telah mencapai 61 orang dan 77 orang (Lihat Tabel 2).

Walaupun selebriti memiliki modal popularitas, bukan berarti setiap selebriti pasti terpilih menjadi anggota DPR. Pada Pemilu 2004, ada 18% (7 orang dari 38 orang) caleg yang kemudian menjadi anggota DPR. Di Pemilu 2009, persentasenya meningkat menjadi 31% (19 orang dari 61 orang). Kemudian, di Pemilu 2014, walaupun jumlah yang terpilih bertambah menjadi 22 orang, namun persentasenya turun menjadi 29%.

Dilihat dari persentase anggota DPR selebriti dibanding jumlah total anggota DPR, jumlah anggota DPR selebriti memang tidak signifikan. Dalam kurun waktu tiga pemilu, yaitu Pemilu 2004 sampai Pemilu 2014, persentase anggota DPR selebriti berkisar dari 1,2% sampai 3,92% (Lihat Tabel 3).

Tabel 3. Jumlah dan Persentase Selebriti Menjadi Anggota DPR Dibanding Jumlah Seluruh Anggota DPR

Tahun Pemilu	Jumlah Selebriti yang Menjadi Anggota DPR	Jumlah Seluruh Anggota DPR	Persentase**
2004	7	550	1,2%
2009	19	560	3,3%
2014	22	560	3,92%

Sumber: Diolah penulis dari berbagai sumber.

** : Persentase Selebriti Anggota DPR Dibanding Jumlah Seluruh Anggota DPR

Namun, walaupun demikian, tetap menarik untuk membahas soal selebriti yang menjadi caleg dan kemudian terpilih menjadi anggota DPR di Indonesia karena dua hal, yaitu kecenderungan jumlah caleg yang diajukan oleh partai politik dan jumlah caleg yang terpilih dari pemilu ke pemilu.

Berangkat dari latar belakang di atas, artikel ini bertujuan untuk menjawab tiga pertanyaan kunci: (1) Bagaimana keterlibatan selebriti dalam Pemilu Legislatif Indonesia pasca Orde Baru? (2) Mengapa ada kecenderungan makin banyak selebriti yang terlibat dalam pemilu legislatif nasional di Indonesia? (3) Apa saja dampak dari keterlibatan selebriti dalam Pemilu Legislatif Indonesia?

Untuk menjawab ketiga pertanyaan di atas, penulis menggunakan 4 (empat) konsep sebagai berikut:

a. Selebriti dan Politik

Menurut Boorstin (1961: 58-65), selebriti adalah seseorang yang dikenal luas atas keterkenalannya. Selebriti mengembangkan kapasitas mereka untuk terkenal, tidak dengan memperoleh pencapaian tertentu, tetapi dengan membedakan personalitas mereka sendiri dari mereka yang merupakan pesaing mereka di dalam arena publik. Sementara menurut Marshall (2004), selebriti mengacu pada orang-orang yang melalui media massa 'menikmati' kegiatan yang terbuka untuk publik'.

Hubungan antara selebriti dan politik dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek pertama adalah keterlibatan selebriti dalam politik. Ada dua tipe keterlibatan selebriti dalam politik. Pertama, *celebrity endorser*. *Celebrity endorser* adalah "any individual who enjoys public recognition and who uses this recognition on behalf of a consumer good by appearing with it in an advertisement (McCracken, 1989: 310)". Dalam konteks pemilu, selebriti menggunakan *endorsement* tersebut dengan tujuan menarik calon pemilih. Dengan *endorsement*-nya, selebriti membentuk bagaimana seorang calon yang ikut dalam pemilu dilihat oleh publik. Meskipun selebriti bukanlah yang memutuskan, selebriti membantu menambah penerimaan calon dengan calon pemilihnya. *Endorsement* dari selebriti diyakini mempengaruhi sikap memilih calon, persepsi terhadap kredibilitas calon, dan intensitas perilaku memilih (Morin, *et.al.*: 2012).

Sebagai contoh, di Amerika Serikat, Barack Obama menggunakan *endorsement* dari selebriti agar ia dikenal. Sebelum *Primary Election* di Partai Demokrat untuk Pemilu Presiden Amerika Serikat tahun 2008, Barack Obama relatif tidak dikenal. Yang jauh sudah dikenal dan termasuk nominasi yang difavoritkan adalah Hillary Clinton. Melalui penggunaan *celebrity endorsement* oleh Oprah Winfrey, Barack Obama dengan mudah memasuki *fraternity of fame* dan menguatkan dirinya sebagai penantang yang serius dalam kampanye. Oprah Winfrey diyakini membuat pengaruh terhadap popularitas dan kredibilitas Barack Obama di hadapan publik (Ridley, 2010: 5-6). *Endorsement* Oprah Winfrey mempengaruhi suara dan kontribusi finansial untuk calon Presiden Barrak Obama pada Pemilu Presiden 2008 (Grathwaite dan Moore (2012); Pease dan Brewer (2008); O'Regan (2012)).

Kedua, *celebrity politician*. *Celebrity politician* adalah mereka yang terpilih atau dicalonkan dalam pemilu dan berlatar belakang dari kalangan *entertainment*, industri pertunjukan, olahraga, dan menggunakan popularitasnya untuk terpilih (Street, 2004: 437).

Aspek kedua adalah mengapa selebriti terlibat dalam politik. Selebriti menjadi komoditas yang penting ketika mereka secara besar-besaran menjadi bahan isi dari media (Turner, 2004: 9). Politisi sukses perlu membangun *public face* sehingga selebriti harus terlibat dalam partai politik. Schickel juga sepakat bahwa selebriti memainkan peran penting dalam hal menjual dengan tujuan agar seorang politisi terpilih. Schickel memberi contoh Eisenhower, Kennedy, Carter dan Reagan yang berpartisipasi dalam pemilu Presiden AS (Schickel, 1985: 146).

b. Perubahan Sistem Pemilu

Tabel 4. Tipologi Keterlibatan Selebriti dalam Politik

	Celebrity endorser	Celebrity politician
Fondasi	Fokus pada jabatan; figur terkenal dari ruang non-politik menawarkan bantuan finansial dan atau publik untuk seorang calon politik atau partai politik	Pencari jabatan; pejabat legislatif atau eksekutif yang dilihat oleh figur terkenal dari ruang non-politik
Nature dari kepemimpinan	Membangun momentum electoral	Mencapai posisi kepemimpinan formal di lembaga legislatif atau eksekutif
Hubungan dengan lembaga politik	Informal, melekat sebagian, mendukung sistem: memobilisasi dukungan untuk calon dalam pemilu	Formal, melekat, mendukung sistem: selebriti memilih mengikuti ajang pemilihan untuk meng-exercise kekuasaan
Modal kepemimpinan	Selebriti yang dikenal dan disukai dan memiliki akses terhadap donor/endorser	Selebriti yang dikenal dan disukai dan belum bersentuhan dengan politik

Sumber: Diadopsi dari Paul't Hart dan Karen Tindall, *Leadership by the famous: celebrity as political capital*, dalam J. Kane, H. Patapan, P. 't Hart (eds.), 2009, *Dispersed Leadership in Democracies*, Oxford: Oxford University Press.

Perubahan sistem pemilu penting diperhatikan karena bisa jadi berdampak kepada hal lain di luar dari sistem pemilu itu sendiri. Mainwaring (1990) menyebutkan bahwa sistem pemilu terdiri dari banyak detail yang mengatur banyak isu, dari bagaimana calon dinominasikan sampai dengan soal bagaimana kursi dialokasikan. Selain itu, sistem pemilu mempengaruhi *nature* dari partai politik dan sistem kepartaian, perilaku politisi, dan strategi meraih dukungan pemilih.

Di samping itu, Mainwaring (1990) juga menyebutkan bahwa sistem proporsional terbuka 'memaksa' partai politik memaksimalkan pengaruh pemilih dalam memilih calon individu. IFES (2009) menyebutkan sistem proporsional terbuka memiliki kelebihan dalam hal lebih akuntabel kepada pemilih dan memperkuat pemilih dalam hal dapat memilih individu calon secara langsung. Deskoska (tanpa tahun) menambahkan bahwa calon dalam sistem proporsional terbuka diminta berusaha untuk menghadirkan diri mereka secara personal, agenda pribadi calon, dan

prioritas program calon. Menocal (2011) menyebutkan, dalam sistem pemilu yang menggunakan daftar partai tertutup, pemimpin partai politik memiliki kekuasaan besar karena mereka memutuskan peringkat dari calon dalam daftar. Sementara, sistem pemilu yang didasarkan pada prinsip mayoritas (suara terbanyak) memberikan perhatian besar pada individu calon daripada kepada partai politik.

c. Identifikasi Terhadap Parpol

Identifikasi terhadap parpol atau biasa disebut *party ID* adalah pengasosiasian seseorang secara psikologis dengan satu atau lebih dari satu partai politik (Campbell, *et.al.*, 1954: 90). *Party ID* kuat dalam sistem pemilu proporsional tertutup karena pemilih memilih partai politik. Sementara dalam sistem pemilu proporsional terbuka, *party ID* cenderung melemah.

d. Pragmatisme Partai Politik

Pragmatisme dapat diartikan sebagai sikap lebih memilih suatu keputusan didasarkan atas dasar pertimbangan jangka pendek yang tidak substansial daripada pertimbangan jangka panjang yang substansial. Riswandha Imawan dalam Mahadi (2011: 5) mengatakan bahwa partai politik disebut pragmatis jika mereka mengutamakan kepentingan jangka pendek dengan mengesampingkan nilai normatif partai. Partai politik yang pragmatis akan menghilangkan peran ideologi partai dalam setiap tindakannya. Suatu keputusan partai tidak lagi berlandaskan *standing point* ideologi, melainkan mempertimbangkan logika untung rugi.

Pragmatisme telah menjadi kecenderungan dalam banyak partai politik saat ini. Dalam konsepsi partai politik modern saat ini, partai politik cenderung untuk mencari calon yang dapat menang dalam pemilu dan akan kooperatif ketika meraih jabatan. Konsepsi lama sebuah mesin partai yang kuat di mana mencari calon yang peluangnya kecil untuk terpilih tidak realistis. Memilih calon yang tidak memiliki reputasi, tidak memiliki uang, dan memiliki sedikit jaringan membuat partai politik wajib berusaha keras untuk membuat calon tersebut terpilih. Hal itu tidak efisien untuk partai politik (Masket, 2009: 28).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pelaksanaan penelitian dilakukan selama bulan April 2014. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode studi literatur berupa pengumpulan referensi dan data-data sekunder. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif yaitu dengan menggunakan langkah-langkah yaitu analisis reduksi dan analisis penyajian data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kurun waktu empat pemilu di masa pasca Orde Baru, selebriti memang selalu dilibatkan oleh partai politik dari pemilu ke pemilu. Hanya saja, model keterlibatan selebriti dalam empat pemilu

tersebut tidaklah statis. Ada perubahan dari awalnya mengambil model sebagai *vote getter* dalam konteks sebagai *celebrity endorser* menjadi *vote getter* dalam konteks sebagai *celebrity politician*.

Tabel 5. Sistem Pemilu Legislatif di Masa Pasca Orde Baru

Tahun Pemilu	Sistem Pemilu
1999	Proporsional Daftar Tertutup
2004	Proporsional Daftar Terbuka Nomor Urut
2009	Proporsional Daftar Terbuka Suara Terbanyak
2014	Proporsional Daftar Terbuka Suara Terbanyak

Sumber: Diolah penulis dari berbagai sumber.

Di pemilu 1999, ketika sistem pemilu legislatif menggunakan sistem proporsional tertutup di mana pemilih hanya memilih partai politik saja, selebriti tidak dilibatkan secara ‘penuh’ oleh partai politik. Pada pemilu ini, selebriti hanya ‘dimanfaatkan’ untuk memberikan *endorsement* kepada publik. Selain itu, mereka dilibatkan dalam kampanye-kampanye partai politik dan dijadikan juru kampanye (jurkam). Dalam konteks ini keterlibatan selebriti dalam politik mengambil bentuk *celebrity endorser*.

Mulai Pemilu 2004, ketika sistem pemilu mulai beralih kepada sistem proporsional terbuka di mana pemilih dapat memilih tidak hanya partai politik namun juga calon anggota legislatif, maka keterlibatan selebriti ikut berubah. Walaupun tetap sebagai *vote getter*, namun tipenya tidak lagi *celebrity endorser* namun sudah menjadi *celebrity politician*. Jumlah selebriti yang menjadi caleg pada Pemilu 2004 mencapai 38 orang. Jumlahnya kemudian cenderung makin bertambah di dua pemilu berikutnya.

Sebab Makin Banyaknya Selebriti dalam Pemilu Legislatif di Indonesia

Mengapa makin banyak selebriti yang terjun ke dunia politik, khususnya pemilu di Indonesia? Ada setidaknya tiga sebab. *Pertama*, karena perubahan sistem pemilu dari proporsional daftar tertutup ke proporsional daftar terbuka suara terbanyak (Lihat Tabel 5). Dalam bahasa Norris (2005: 3), bagaimana partai politik menjalankan fungsinya, termasuk fungsi rekrutmen terhadap selebriti, dikontrol oleh aturan-aturan yang melingkupi partai politik, seperti aturan tentang kompetisi partai politik di sebuah negara, dan aturan di internal parpol tersebut.

Sistem pemilu di Pemilu Tahun 1999 adalah sistem proporsional daftar tertutup. Maknanya yaitu sistem dasarnya adalah proporsional (jumlah kursi yang diperebutkan di dalam satu daerah pemilihan lebih dari satu) dan pemilih hanya dapat memilih partai politik. Jumlah suara yang diperoleh oleh partai politik itu kemudian dikonversi menjadi kursi yang didapat. Siapa yang kemudian terpilih menjadi anggota legislatif ditentukan oleh partai politik.

Berangkat dari kekurangan sistem pemilu di Pemilu Tahun 1999, mulai Pemilu 2004, sistem pemilu diubah dari proporsional tertutup menjadi proporsional terbuka. Perubahan sistem tersebut membuat pemilih

bisa memilih tak hanya partai politik, namun juga caleg. Perubahan sistem ini berpengaruh kuat mendorong partai politik merekrut individu-individu yang memiliki modal individu yang kuat, termasuk selebriti yang memiliki modal popularitas.

Fealy (2014) menyebutkan bahwa perubahan kepada sistem pemilu proporsional terbuka sejak tahun 2009 membuat posisi partai politik menurun pentingnya dibandingkan kandidat. Pengalaman Pemilu 2009 menunjukkan bahwa pemilih lebih banyak yang memilih caleg (60%) ketimbang partai politik (40%) di surat suara mereka.

Dalam konteks strategi memenangkan pemilu dan meraih kursi anggota legislatif sebanyak-banyaknya, kalangan selebritis makin menarik bagi partai politik karena minimal telah memiliki modal, yaitu popularitas (Lihat Belt, 2011: 3). Adalah pilihan ‘rasional’ bagi partai politik, daripada berkorban untuk membiayai ‘orang biasa’ untuk pendidikan politik lalu menjadi kader yang nantinya belum tentu juga menang, lebih baik memanfaatkan selebritis. Hemat penulis, menggandeng selebritis daripada non-artis lebih ‘siap jadi’ dan lebih ‘hemat biaya’.

Pelibatan sistem pemilu yang menyebabkan parpol makin gencar melibatkan selebriti bertalian dengan yang disebutkan oleh Mainwaring bahwa sistem pemilu mengatur bagaimana calon dinominasikan dan bahwa sistem pemilu mempengaruhi strategi parpol Indonesia melibatkan selebriti karena ingin meraih dukungan pemilih. Sistem proporsional terbuka, mengacu kepada laporan IFES dan Deskoska, memperkuat pemilih dalam hal dapat memilih individu calon secara langsung membuat calon menghadirkan diri secara personal. Dalam hal ini, selebriti masuk dalam kategori yang disebutkan terakhir oleh IFES dan Deskoska. Begitu pula, beriringan dengan pendapat Menocal, karena sistem proporsional terbuka memberi perhatian besar pada individu calon, maka selebriti termasuk dalam kategori calon yang diasumsikan lebih besar peluangnya dipilih dibanding calon non-selebriti.

Kedua, perubahan dalam perilaku memilih pemilih Indonesia dari sebelumnya berbasis aliran (ideologi partai politik) ke arah berbasis pada figur individu. *Party ID* atau identifikasi terhadap partai politik makin lama cenderung makin menurun. Melemahnya *party ID* dapat dilihat dari makin meningkatnya *swing voters* (Muhtadi, 2013: 318). Kecenderungan melemahnya *party ID* juga terlihat dalam Laporan hasil survey Poltracking Institute Januari 2014. Dalam laporan itu disebutkan bahwa motivasi dari mayoritas responden (69,22%) dalam memilih adalah karena figur pribadi caleg dan hanya 13,26% responden yang memilih karena pertimbangan partai politik pengusung.

Kenawas dan Fitriani (2013) menyebut kecenderungan dalam memilih Indonesia ini dengan istilah sindrom “idol”. Berangkat dari kondisi itulah mengapa caleg selebriti memiliki peluang besar untuk dipilih karena diasumsikan bahwa mereka memiliki modal popularitas. Selebriti juga berpotensi untuk tampil secara rutin di media massa yang kemudian menambah keuntungan komparatif untuk mendulang suara.

Ketiga, makin pragmatisnya kebanyakan parpol. Kenawas dan Fitriani (2013) menerangkan bahwa kebanyakan partai politik saat ini memberi perhatian pada bagaimana memenangkan pemilu dan mendanai kegiatan partai politik. Sementara di sisi lain, mekanisme rekrutmen dan *candidate selection* bukan menjadi perhatian utama mereka.

Kecenderungan pragmatisme di tubuh partai politik dapat dilihat dari makin mengarahnya partai politik kepada *catch-all party*, yaitu partai politik yang berusaha meraup semua segmen pemilih sambil menjauhkan diri dari pemilih ekstrim yang jumlahnya sedikit (Muhtadi, 2013: 316). Pragmatisme partai politik juga terlihat baik dalam langkah di internal partai politik dan ketika berurusan dengan pihak luar parpol. Pragmatisme di internal kebanyakan partai politik terlihat dalam proses rekrutmen anggota dan caleg yang memiliki karakteristik popularitas relatif tinggi, memiliki modal finansial yang besar, atau memiliki pengalaman sebelumnya menduduki jabatan tertentu (Hidayat, 2010). Sementara pragmatisme ketika berurusan dengan pihak luar parpol terwujud dalam persoalan tidak solidnya koalisi parpol yang berada di dalam pemerintahan SBY selama periode 2009-2014.

Hal ini berkaitan dengan yang diungkapkan Imawan bahwa hampir semua partai politik lebih memilih bersikap pragmatis dalam menghadapi pemilu dengan memilih caleg selebriti karena mereka mempertimbangkan kepentingan jangka pendek dan logika untung rugi daripada nilai normatif partai politik. Juga berkaitan dengan poin pertama bahwa partai politik lebih memilih caleg selebriti adalah sebuah pilihan yang rasional, berkaitan dengan pendapat Masket, yaitu hal itu karena lebih efisien untuk partai politik. Selain popularitas, kebanyakan selebriti juga memiliki modal finansial yang kuat. Artinya, kalau selebriti itu 'diwajibkan' merogoh uang mereka sendiri, maka hal itu bukanlah hal yang sulit untuk para selebriti tersebut.

Dampak Keterlibatan Selebriti dalam Pemilu Legislatif Indonesia

Selanjutnya, apa dampak dari keterlibatan selebriti dalam Pemilu di Indonesia? Apa masalahnya kalau selebriti lantas terpilih dan menjadi anggota legislatif? Dampak yang paling besar adalah ketidakpercayaan masyarakat terhadap kompetensi selebriti yang menjadi politisi di dalam lembaga legislatif.

Pada umumnya, *celebrity politician* sering dipermasalahkan karena keraguan akan kompetensi mereka. John Street (2012) mengatakan bahwa selebriti yang menjadi politisi bermasalah karena 2 (dua) hal. *Pertama*, masalah (potensi) peran mereka di dalam proses kebijakan. Pembuatan kebijakan adalah proses yang panjang dan kompleks serta memerlukan kemampuan 'tersendiri' (tata cara bersidang, mengagregasi aspirasi, dan lain sebagainya) dari tiap wakil rakyat. *Kedua*, terjunnya selebriti dalam politik sebagai sebuah tren masa kini dikaitkan dengan pemahaman akan proses dalam media (dan distribusi modal simbolik). Hal tersebut bertalian dengan pergeseran dari hierarki kepada jaringan, lemahnya peran negara, cairnya identitas, dan bertambah pentingnya media.

Selain soal kompetensi secara umum, bagaimana pemahaman selebriti tentang ideologi parpolnya juga tak kalah penting dilihat. Mark Wheeler (2013) melihat bahwa keterlibatan selebriti dalam politik adalah berharga bagi demokrasi jika seorang selebriti memiliki pemahaman substansi ideologi.

Di samping dua hal di atas, dampak lain yang juga tidak kalah pentingnya adalah mengecilkan peluang kandidat lain yang tidak populer namun lebih kompeten daripada selebriti. Dalam hal ini, selebriti sudah memiliki modal politik dibanding orang lain yaitu popularitas. Yang paling disayangkan juga dalam hal ini, berkaca dari relatif banyaknya selebriti yang terpilih menjadi anggota legislatif, menunjukkan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang masih mengedepankan faktor "kenal" dengan selebriti yang menjadi caleg padahal belum tentu selebriti yang mereka pilih tersebut kompeten.

Dampak berikutnya adalah makin banyaknya partai politik yang menggunakan strategi instan merekrut selebriti di dalam pemilu. Apabila berkaca pada pemilu-pemilu legislatif yang sudah ada selama ini bukan tidak mungkin di Pemilu 2019 partai-partai politik makin "menggantungkan diri" pada strategi merekrut makin banyak selebriti dikarenakan dua hal yaitu biayanya tidak lebih besar daripada merekrut orang-orang non-selebriti dan peluang terpilihnya juga jauh lebih besar daripada orang-orang non-selebriti.

Meskipun pendapat terakhir di atas tidaklah selalu benar. Ada beberapa alasan terhadap hal itu. Pertama, kenyataannya berdasar dari di Tabel 1 di atas, persentase keterpilihan selebriti dalam pemilu tidaklah terlalu besar. Kedua, menurut hasil survei Poltracking Institute pada Januari 2014, selebriti cenderung untuk tidak dipilih oleh pemilih. Dari keseluruhan responden survey Poltracking, 66,6% menjawab tidak setuju caleg dari kalangan selebriti. Singkatnya, pelibatan selebriti oleh partai politik bukanlah strategi yang selalu mumpuni. Berkaitan dengan hal itu pula, dalam hal keterpilihan seorang caleg, selain popularitas masih banyak hal lain yang lebih penting agar seorang caleg dapat terpilih. Boleh jadi, seorang selebriti sangat terkenal, tapi tidak lantas dengan mudah selebriti itu dapat dipilih oleh pemilih.

Hasil riset Zwarun dan Torrey menunjukkan bahwa ketidakterpilihan selebriti dalam sebuah pemilu bisa jadi disebabkan oleh faktor pemahaman pemilih bahwa selebriti itu hanya memiliki modal popularitas saja (Zwarun dan Torrey, 2011: 673). Informasi soal modal-modal lain yang idealnya dimiliki oleh seorang caleg tidak terdapat di dalam pikiran pemilih. Juga, di luar popularitas, ada enam dimensi kriteria dasar kesuksesan terpilihnya seorang calon dalam pemilu, yaitu atribut personal calon, latar belakang politik, kredibilitas calon, sarana komunikasi dan kontak yang digunakan calon, manajemen kampanye, dan bagaimana calon mempengaruhi keputusan pilihan pemilih (Alsamyda dan Al Khasawneh, 2013: 105).

Kriteria-kriteria lain untuk mengevaluasi seorang calon dalam pemilu, menurut Kinder dalam Funk (1999: 702), yaitu kompetensi, kepemimpinan, integritas, dan empati. Kompetensi mengacu pada aspek *intelligence*

dan pengetahuan calon. Kepemimpinan mencakup “menginspirasi” dan “kepemimpinan kuat”. Integritas diukur dari tingkat di mana calon memiliki “moral” dan “kejujuran”. Empati didasarkan pada tingkat seperti “compassionate” dan calon “sangat peduli terhadap pemilih”.

SIMPULAN

Keterlibatan selebriti dalam pemilu di Indonesia makin menunjukkan kecenderungan adanya peningkatan. Peningkatan itu juga diikuti oleh adanya perubahan dari awalnya keterlibatan selebriti mengambil model sebagai *vote getter* dalam konteks sebagai *celebrity endorser* menjadi *vote getter* dalam konteks sebagai *celebrity politician*. Keterlibatan tersebut disebabkan oleh tiga hal. Pertama, adanya perubahan dalam sistem pemilu legislatif dari proporsional tertutup ke proporsional terbuka suara terbanyak. Kedua, perubahan dalam perilaku memilih pemilih Indonesia dari berbasis aliran (ideologi partai politik) ke arah berbasis pada figur individu. Ketiga, makin pragmatismenya kebanyakan parpol di Indonesia. Ada empat dampak dari keterlibatan selebriti dalam pemilu di Indonesia. Pertama, ketidakpercayaan masyarakat terhadap kompetensi selebriti yang menjadi politisi di dalam lembaga legislatif. Kedua, masyarakat diwakili oleh selebriti yang memiliki pemahaman tentang ideologi parpolnya yang tidak terlalu baik. Ketiga, mengecilkan peluang kandidat lain yang tidak populer namun lebih kompeten daripada selebriti. Keempat, makin banyaknya partai politik yang menggunakan strategi instan merekrut selebriti di dalam pemilu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsamydai, M.J dan Khasawneh, M.HA. 2013. Basic Criteria for the Success of the Electoral Candidates and their Influence on Voters' Selection Decision, *Advances in Management & Applied Economics*, Vol. 3, No.3, 2013.
- Belt, T.L. 2011. How Celebrities Become Political During Times of Threat, paper dipresentasikan pada 9th Annual American Political Science Association, Pre-Conference on Political Communication, 31 Agustus 2011.
- Boorstin, D. 1961. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York: Atheneum.
- Campbell, A., Gurin, G. dan Miller, W. 1954. *The Voter Decides*. Evanston, Ill.: Row, Peterson.
- Choiriyati, W. 2009. Manifestasi Pragmatisme dalam Ekonomi Politik Komunikasi (Studi Wacana Kritis Popularitas Selebriti Sebagai Komoditas Politik dalam Media Cetak. Tesis Magister Ilmu Komunikasi FISIP UI.
- Deannova, A. 2008. *Selebriti Mendadak Politisi: Studi Atas Pragmatisme Kaum Selebriti Dari Panggung Hiburan Menuju Panggung Politik*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Deskoska, R. tanpa keterangan tahun, Proportional Electoral Model and Types of Candidate Lists. *Iustinianus Primus Law Review*, Vol. 2:1.
- Gamson, J., 1994. *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*. Berkeley, California: University of California Press.
- Hart, P. and Tindall, K. 2009. Leadership by the famous: celebrity as political capital. dalam J. Kane, H. Patapan, P. 't Hart (eds.). 2009. *Dispersed Leadership in Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Hidayat, S. 2010. *Kerangka Penguatan Partai Politik di Indonesia*, Depok: Puskapol UI.
- Mahadi, H. 2011. Pragmatisme Politik: Studi Kasus Proses Rekrutmen Politik PDI-P Pada Pilkada, Kabupaten Sleman, *Jurnal Studi Pemerintahan*, Volume 2 Nomor 1, Februari 2011.
- Mainwaring, S. 1990. Politicians, Parties and Electoral Systems: Brazil in Comparative Perspective, Working Paper #141, Juni 1990.
- Marshall, P.D. 2004. *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis: the University of Minnesota Press.
- Masket, S.E. 2009. *No Middle Ground: How Informal Party Organizations Control Nominations and Polarize Legislatures*. Michigan: The University of Michigan Press.
- McCracken, G. 1989. Who is the celebrity endorser? cultural foundations of the endorse-ment process. *The Journal of Consumer Research*, 16(3). 310-321.
- Menocal, A.R, 2014. Why Electoral Systems Matter: An Analysis of Their Incentives and Effects on Key Areas of Governanve, Oktober 2011. Diunduh dari www.ordi.org.uk/publications/6057-electoral-systems-incentives-governance, pada 30 Mei 2014, pukul 10:30 WIB.
- Morin, D. 2012. “Celebrity and politics: Effects of endorser credibility and sex on voter attitudes, perceptions, and behaviors”. *Social Science Journal* 49(1): 413-420.
- Muhtadi, B. 2013. *Perang Bintang 2014: Konstelasi dan Prediksi Pemilu dan Pilpres*. Bandung: Mizan.
- Ridley, S.R. 2010. The Importance of Celebrities in Political Decision Making: A Rhetorical Analysis of the Barack Obama Presidential Campaign, Master Thesis, Department of Communication, Wake Forest University Graduate School of Arts and Sciences, Winston-Salem: North Carolina.
- Schickel, R. 1985. *Intimate Strangers: The Culture of Celebrity*. New York: Knopf Doubleday Publishing Group.

- Street, J. 2004, *Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation*, *BJPIR: 2004 Vol. 6*, 435–452.
- _____, 2012. “Do Celebrity Politics and Celebrity Politicians Matter?”, *British Journal of Politic*, 14(1): 346-356.
- Turner, G. 2004. *Understanding Celebrity*. London: SAGE Publications.
- West, D. and Orman, J.. 2003. *Celebrity Politics*. Upper Saddle River NJ: Prentice Hall.
- Zwarun, L. dan Torrey, A. 2011. Somebody versus nobody: An exploration of the role of celebrity status in an election, *The Social Science Journal* 48 672-680.