

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Selebriti dan Politik

Musim Politik baru saja mereda setelah diadakannya Pemilu (Pemilihan Umum) pada 14 Februari 2024, ajang 5 tahun sekali ini dijadikan kompetisi politik paling bergengsi dalam skala desa, daerah, kabupaten, kota, provinsi, atau bahkan nasional. Ketegangan yang biasa terpancar bersautan dan bertebaran di sosial media perlahan memudar walaupun tidak seiringan dengan banner dan poster yang sebelumnya digunakan sebagai media kampanye selama pemanasan menuju pagelaran kompetisi tersebut. Banyak wajah-wajah *familiar* yang sebelumnya sudah sering “bergentayangan” di media layaknya televisi ataupun sosial media sebagai artis bahkan jauh sebelum musim politik dimulai atau bahkan jauh sebelum mereka memutuskan untuk menambah peran pada panggung sandiwara politik di Indonesia. Memang, bahkan jauh sebelum musim politik tahun ini sudah banyak artis-artis yang mulai banting setir profesinya menjadi caleg atau jika terpilih menjadi anggota legislatif.

Setelah Orde Baru runtuh, banyak masyarakat sudah tidak percaya dengan politisi karena meledaknya angka korupsi yang benar-benar menyeret nama-nama politisi di dalamnya. Karena hal ini diperlukannya alternatif untuk mempertahankan nilai suara partai dari tingkat kepercayaan masyarakat dan para artis inilah solusi alternatif yang efektif. Seperti naik kelas, kalangan artis yang di masa lalu diperlukan sebagai juru kampanye dan penghibur selama kampanye sekarang sudah dapat ikut berlomba di pagelaran panggung yang lebih besar yaitu pemilu dan dengan begitu partai politik memiliki “kuda hitam” untuk dimainkan oleh artis-artis ini yang sebelumnya sudah mempunyai citra di mata masyarakat luas dan dapat dikatakan mengamankan perolehan suara pada putaran pemilu yang diikuti.

Mengingat tingginya biaya perekrutan kandidat politik di negara kita, yang menarik orang-orang dari semua lapisan masyarakat, taruhan ini seharusnya penuh

dengan bahaya. Meskipun demikian, para artis ini masih dapat mengejar tujuan yang disebutkan di atas karena hubungan yang saling menguntungkan antara mereka dan masyarakat sebagai kandidat legislatif, yang memiliki modal finansial dan citra. Hal ini memungkinkan mereka untuk meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat melalui suara dalam pemilu, yang akan memungkinkan mereka untuk mempertahankan posisi mereka sebagai anggota dewan. Kepercayaan publik terhadap politisi dan elit politik berada pada titik terendah sepanjang masa, dan skandal korupsi terus melanda kelas politik setiap hari. Meskipun demikian, tidak ada artis dengan platform politik konkret yang dapat dijadikan inspirasi oleh publik. Akibatnya, para pelaku tidak lagi memiliki pemahaman yang tepat tentang politik kontemplatif. Namun, para kandidat artis ini tampaknya berada dalam posisi yang sulit, karena mereka bergantung pada beberapa faktor-faktor finansial, seperti ketenaran dan kekayaan, dan modal sosial-untuk bertahan hidup. Masyarakat juga sadar politik dan berpengetahuan luas, yang juga berperan. Ketika memilih wakil rakyat, mereka lebih selektif dan lebih mengandalkan akal sehat. Dengan cara ini, artis yang terpilih sering kali memiliki kombinasi modal sosial, finansial, dan intelektual di samping modal popularitas mereka. Artis semacam ini sering kali tidak mendapat perlawanan saat mencalonkan diri untuk terpilih kembali sebagai anggota dewan; elektabilitas mereka cukup tinggi untuk mengalahkan politisi yang lebih berpengalaman.

5.1.1 Selebriti dan Politik dalam Pemilihan Anggota Legislatif di DPD RI

Komeng bukan komedian pertama yang menjadi Anggota DPD atau Senator Jawa Barat. Sebelumnya ada Oni Suwarman atau lebih dikenal sebagai Oni SOS yang sempat satu grup dengan komedian Sule. Pada Pemilu 2014, Oni meraih 2 juta suara. Perolehan suara hingga jutaan untuk caleg DPD asal Jawa Barat bukan barang baru, mengingat provinsi ini jumlah pemilihnya terbesar.



Gambar 5. 1 Oni Suwarman, anggota Legislatif DPD RI 2014-2019

Selain Komedian, ada satu nama Artis yang mencuat pada pemilihan anggota legislatif DPD RI di tahun 2014, Emilia Contessa sebagai wakil dari Jawa Timur dengan perolehan suara di daerah pemilihan mencapai 1.660.542. Artis senior yang juga penyanyi kelahiran 27 September 1957 ini sukses mencuri hati, simpati serta suara warga Jawa Timur.



Gambar 5. 2 Emilia Contessa, anggota Legislatif DPD RI 2014-2019

Berdasarkan hasil rekapitulasi dari tahun 2019, nampaknya Oni Suwarman atau yang lebih dikenal dengan nama Oni SOS masih mendapat dukungan dari masyarakat Jawa Barat. Ia berhasil mengumpulkan 4.132.681 suara. Jika dibandingkan dengan Pileg DPD 2014 yang memperoleh 2.167.485 suara, lonjakan suara Oni hampir dua kali lipat.

Pada Pemilu 2024 saja Komeng mencapai 5.399.699 pemilih. Sama seperti Oni, Komeng juga tidak mencetak spanduk atau baliho untuk berkampanye. Selain Komeng, ada satu Artis yang juga lolos menjadi anggota DPD RI. Jihan Fahira dari daerah pemilihan Jawa Barat melenggang ke Senayan dengan memperoleh 1.823.907 hasil suara.



Gambar 5. 3 Alfiansyah Komeng dan Jihan Fahira

5.2. Profil Alfiansyah Bustami Komeng

Pelawak dan aktor Alfiansyah Bustami, yang terkenal dengan nama panggung "Komeng", lahir di Jakarta pada tanggal 25 Agustus 1970. Pada Pemilu 2024, ia mencalonkan diri sebagai anggota DPD RI Jawa Barat dan memperoleh 5.399.699 suara. Ia pernah menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Islam di Akademi Bisnis

Indonesia dan Komisariat ABA-ABI pada tahun 1990-an, namun ia keluar sebelum lulus. Pada tahun 2018, Komeng akhirnya menyelesaikan pendidikannya di bidang manajemen dan mendapatkan gelar sarjana ekonomi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tribuana Bekasi, setelah pindah sekolah sebanyak tiga kali.

Dia pertama kali mendapatkan perhatian di industri hiburan ketika dia bergabung dengan grup lawak Diamor, yang juga mencakup Mamo, Jarwo Kwat, dan Rudi Sipit, sebagai pelawak. Diamor memiliki serial televisi yang berjudul Kompor Diamor dan tayang di Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) pada tahun 1993-1996. Komeng juga aktif sebagai penyiar radio di Radio SK Jakarta pada tahun 1993-1996 dan Bens Radio Jakarta pada tahun 1996.

Ia juga sering muncul di dunia film dan iklan TV dengan membintangi banyak film dan juga iklan dari 2001- sekarang. Pada 6 Januari 1996 – 22 Agustus 2003, Komeng memiliki satu program acara komedi yang berjudul “spontan” yang dibintangi oleh Komeng dan Ulfa Dwiyanti yang formatnya mirip “*Candid Camera*” sebuah acara tv yang populer di Amerika. Spontan menayangkan berbagai segmen lucu dan berisi kejutan yang melibatkan orang-orang biasa dalam situasi yang tidak terduga dengan menggunakan kamera tersembunyi untuk menangkap reaksi spontan dari para peserta, acara tersebut memiliki slogan yang sangat terkenal yaitu “uhuy”.

Komeng juga pernah tampil di Indonesia Lawak Klub yang merupakan parodi dari Indonesia Lawyers Club, sebuah acara yang membahas mengenai masalah hukum, kriminalitas, politik dan sosial yang dipandu oleh Karni Ilyas. Indonesia Lawak Klub sendiri merupakan program tv yang mengumpulkan banyak komedian untuk membahas topik isu nyata yang sedang terjadi, masalah yang sedang terjadi dan memberikan solusi dengan kemasam yang menghibur, acara ini juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk ikut membahas isu tersebut melalui video tape yang kemudian di tampilkan. Indonesia Lawak Klub merupakan sebuah acara yang digunakan sebagai kritik sosial dan acara ini juga memberikan gambaran bahwasanya sosok-sosok yang terlibat di acara tersebut merupakan orang-orang yang kritis namun penyampaian mereka dibalut dalam bentuk komedi

5.3. Popularitas Alfiansyah Bustami Komeng

Popularitas seorang selebriti adalah sebuah keuntungan; keuntungan ini berasal dari banyaknya publisitas yang didapatkan selebriti dari media dan media sosial. Selama musim kampanye, kandidat selebriti mendapatkan keuntungan besar dari popularitas yang didapat dengan menjadi pejabat terpilih. Dengan menggunakan modal ketenaran, politisi terkenal memiliki keunggulan dalam kampanye dan mampu mengalahkan lawan-lawannya yang kurang terkenal dan kurang populer. Shimp (dalam Harwika & Hidayat, 2021) menjelaskan bahwa selebritis dapat didefinisikan sebagai individu (seperti aktor, penghibur, atlet, atau tokoh politik) yang dikenal secara luas oleh masyarakat berkat prestasi mereka di bidang tertentu. Secara tradisional, konsep selebriti merujuk pada seseorang yang terkenal dan diakui oleh publik, serta dianggap sebagai panutan karena kompetensi profesional atau penampilan fisiknya (Kahle & Homer, 1885)

Celebrity politician adalah individu yang berasal dari sektor hiburan, industri pertunjukan, atau olahraga dan memanfaatkan popularitasnya untuk mencalonkan diri atau terpilih dalam pemilu (Street, 2004). Dalam konteks pemasaran, penggunaan selebriti merupakan strategi untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik perhatian konsumen, sehingga mereka lebih mengenal, tertarik, dan akhirnya membeli produk dari suatu perusahaan. Dalam politik, selebriti juga diterapkan sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk memperoleh dukungan pemilih dan menarik pemilih baru

Dalam dunia politik modern, popularitas sering kali menjadi aset terpenting bagi para seniman yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif. Fenomena artis yang mencalonkan diri sebagai calon legislatif telah berlangsung selama bertahun-tahun dan banyak artis Indonesia yang menjadikan popularitasnya sebagai modal untuk mencalonkan diri sebagai anggota parlemen. Para seniman umumnya dikenal melalui berbagai media seperti televisi, film, dan media sosial dan kemasyhuran ini memberi mereka keunggulan signifikan dalam hal pengenalan nama dibandingkan calon

anggota parlemen lain yang bukan tokoh masyarakat Orang cenderung mengenali dan mengingat nama-nama artis yang pernah mereka lihat atau dengar sebelumnya.

Artis sering kali memiliki basis penggemar setia dan basis penggemar ini dapat dimobilisasi untuk memberikan dukungan dalam bentuk suara, dan artis dengan jutaan pengikut di media sosial dapat mengarahkan pengikutnya untuk memilih mereka saat kampanye pemilu. citra positif yang dibangun oleh artis dengan penampilan mereka yang menarik dan kepribadian menawan dapat meningkatkan daya tarik mereka sebagai calon anggota parlemen yang dinilai mampu membawa perubahan dan memperjuangkan kebaikan masyarakat. Bagi calon artis tersebut, popularitas terbukti sangat membantu dalam mendulang suara.

Jawa Barat telah memiliki banyak calon anggota DPD yang berasal dari kalangan artis; bahkan, sejumlah tokoh terkenal telah menyemarakkan pemilihan umum calon legislatif di wilayah ini di masa lalu. Sebagai contoh, lihatlah Aceng Fikri, anggota DPD RI Jawa Barat yang mencalonkan diri pada tahun 2014 dan menjabat dari tahun 2014 hingga 2019. Pada periode parlemen 2019-2024, Oni Suwarman, atau Oni SOS, terpilih sebagai anggota DPD RI Jawa Barat, artis lain yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif. Selain itu, Pemilihan Umum Anggota Legislatif 2024 di Jawa Barat dimeriahkan oleh Jihan Fahira yang legendaris. Hanya Komeng, dari semua calon anggota DPD RI, yang berhasil meraih dukungan yang begitu besar tanpa adanya kampanye resmi.

Temuan-temuan menunjukkan bahwa Komeng memanfaatkan ketenarannya sebagai pelawak Indonesia untuk mendongkrak elektabilitasnya. Menjadi pengisi acara reguler di program televisi memberi Komeng lebih banyak eksposur dan reputasi yang baik di antara para pemilih. Komeng menerima banyak dukungan dari inisiatif media sosial berskala besar. Menurut Komeng, yang melaporkan dari acara Deddy Corbuzier, ia sering mengambil pekerjaan di Jawa Barat selama kampanye. Meski tidak aktif berkampanye, di banyak acara yang ia hadiri, ia meminta doa restu kepada warga Jawa Barat untuk menjadi anggota dewan. Hal ini menjadi pengingat publik bahwa Komeng mencalonkan diri sebagai anggota legislatif.

Analisis konten menunjukkan bahwa Komeng dan staf kampanyenya memanfaatkan Instagram, TikTok, dan YouTube dengan baik untuk menghasilkan materi yang menarik dan informatif, yang berfungsi untuk meningkatkan visibilitas Komeng dan membina hubungan yang kuat dengan para pemilih muda. Selama kampanye, video-video komedi bertema Komeng mulai bermunculan di situs-situs media sosial termasuk Instagram, Tik-Tok, YouTube, Facebook, dan banyak lagi. Halaman beranda aplikasi-aplikasi ini dihiasi dengan materi Komeng, dan jelas terlihat bahwa banyak orang yang membagikan film komedi ini. Teknik ini telah berhasil menarik minat orang-orang dari berbagai latar belakang karena sifatnya yang lucu dan akrab. Jelas terlihat dari penggunaan media sosial oleh Komeng bahwa platform-platform besar ini telah berhasil terhubung dengan anak muda secara langsung.

Pasca kemenangannya, Komeng sering diundang ke banyak sinear artis-artis di youtube karena majunya beliau sebagai anggota dewan sempat menjadi pembicaraan banyak orang. Dari banyak podcast tersebut Komeng mengungkapkan alasannya untuk maju sebagai anggota dewan ialah ingin menghadirkan Hari Komedi karena beliau merasa di Indonesia komedi kurang diapresiasi, beliau sudah mencoba mengajukan Hari Komedi tersebut ke DPR namun hanya di terima dan masih belum ada tindakan lanjutan yang membuatnya ingin terlibat langsung di legislatif agar bisa mengusulkan Hari Komedi itu secara langsung. Beliau juga memandang bahwa negara-negara di luar sangat memajukan seni dan budayanya seperti Korea selatan, Jepang, dan masih banyak lagi. Beliau ingin agar Indonesia juga bisa memajukan seni dan budayanya seperti negara-negara luar.

Hal yang tidak terpisahkan dari rencana sukses Komeng adalah fokusnya pada infrastruktur, sekolah, dan ekonomi Jawa Barat. Selain itu, hal ini juga membantu Komeng dalam menarik dukungan dari pihak lain yang memiliki ketidakpuasan yang sama dan peduli terhadap kemajuan daerah tersebut. Di mata masyarakat setempat, keberadaan Komeng adalah sebuah inovasi politik.

Slogan “uhuy” dari acara Komeng yang berjudul Spontan kembali sering terdengar pada pemilu 2024 dimana ketika penghitungan suara, setiap satu surat suara yang memilih Komeng, masyarakat dan para saksi berteriak “uhuy” secara spontan.

Hal ini juga disampaikan oleh mantan ketua KPU RI selaku pengamat politik di Indonesia, Bapak Ilham Saputra melalui statementnya melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti

“dulu ada tahun 90an program “spontan” itu ada “uhuy”, jadi orang ketika memilih itu “uhuy” begitu, jadi bukan karena media sosial tetapi Komeng memang sudah brandnya adalah “uhuy”. (Ilham Saputra, 2024)

Poin yang disampaikan oleh mantan ketua KPU tersebut menjelaskan bahwasanya Komeng memang sudah berlayar di dunia hiburan sejak lama dan sudah terkenal sejak era 90an hingga sekarang dan fenomena beliau mencalonkan sebagai calon anggota dewan di respon dengan sangat baik oleh masyarakat.

Pada kesempatan yang sama, Bapak Ilham Saputra juga menyampaikan “jadi memang popularitas ini yang digunakan oleh Komeng dan salah satu strategi Komeng adalah dengan menggunakan foto yang lucu, itu juga menarik masyarakat ketika membuka surat suara, ada orang yang gambarnya berbeda dengan calon-calon lain, dan orang melihat wah ini ada Komeng walaupun namanya Alfiansyah nah ini juga salah satu modal Komeng”. Popularitas yang dimiliki oleh Komeng, dimanfaatkan dengan sangat baik olehnya sehingga dengan menggunakan strategi foto yang nyeleneh, masyarakat yang akan memberikan suara di TPS langsung menyadari bahwa Komeng maju sebagai calon anggota DPD RI ketika membuka kertas suara, sehingga dengan begitu masyarakat yang merasa tidak mengenali calon anggota legislatif lainnya selain Komeng, langsung memilih Komeng karena beliau sudah sangat dikenal di masyarakat Indonesia.

Hasil penelitian kepada masyarakat Suka Hati juga menunjukkan hal yang serupa, banyak di antara responden tersebut yang memilih Komeng karena foto yang menarik perhatian, kemudian ia memberikan suaranya dengan alasan hanya Komeng

calon anggota legislatif Dewan Perwakilan Daerah yang dikenali oleh mereka, sehingga mereka langsung memberikan suaranya kepada Komeng

Kemenangan Alfiansyah Komeng dalam pemilihan umum menunjukkan betapa efektifnya popularitas digunakan dalam dunia politik, dengan jutaan penggemar dan sering tampil di televisi, Komeng menggunakan popularitasnya dan hal ini memungkinkan dia memperoleh suara yang signifikan di daerahnya dan mengalahkan kandidat lain, **komedian ini juga tidak pernah memiliki kasus jika dibandingkan dengan artis-artis lainnya, hal ini juga tentunya membuat para pemilih Komeng merasa lebih yakin untuk memilih Komeng.** Seperti yang disampaikan oleh Riski Fadli usia 22 Tahun asal kelurahan Suka Hati ketika ditanyakan “daya tarik apa sehingga Anda memilih Komeng” dan beliau mengatakan **“mungkin karena kenal dengan dia doang dan yang lain gaada yang dikenal gitu.”**

Respon tersebut membuktikan bahwa popularitas yang dimiliki oleh Komeng memerankan peran yang sangat penting dalam keterpilihannya. Sebagaimana hal yang serupa juga disampaikan oleh salah satu responden yang bernama Budi Prastyawan Maulana asal kelurahan Suka Hati mengenai popularitas komedian tersebut: “Jujur karena popularitasnya, saya juga ga kenal semua kandidat selain Komeng, jadi hanya popularitas.”

Respon lainnya juga diberikan oleh Farid asal sukahati ketika ditanyakan pertanyaan “apa alasan anda memilih Komeng” beliau menjawab: **“karena terkenal dan spontan saja”.**

Hal itu juga semakin membuktikan bahwa popularitas Komeng memanglah berperan sangat penting.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa selain popularitas membawa keuntungan, keberhasilan seorang artis dalam pemilu juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti kemampuan komunikasi, visi dan misi yang jelas, serta strategi kampanye yang tepat. Oleh karena itu, popularitas bukanlah satu-satunya faktor penentu, namun merupakan faktor penting yang meningkatkan peluang seorang artis untuk terpilih

5.4 Peran Popularitas dalam membangun Political Trust

Agar individu dapat terlibat satu sama lain dan membentuk hubungan yang berarti, kepercayaan harus ada di sana. Ketika kita berbicara tentang hubungan formal dan informal masyarakat, kita mengacu pada hal-hal seperti hubungan politik, di mana kepercayaan publik terhadap aktor politik (pemimpin) sangat penting untuk mewujudkan tujuan dan impian negara. Namun karena opini publik politik pada dasarnya dibangun melalui citra politik, maka keduanya berjalan beriringan. Sebagai hasil sampingan mental dari wacana politik, citra politik terbentuk. Citra publik politisi dan partai politik lebih merupakan taktik pemasaran daripada hal lainnya. Namun, ada juga hubungan dengan persepsi pemilih, yang mungkin positif atau negatif. Kandidat dan pemilih bekerja sama untuk bernegosiasi, mengevaluasi, dan membangun citra; bukan hanya pesan atau kesan yang diciptakan oleh pihak manapun. Proses ini dikenal sebagai politik pencitraan atau pencitraan politik. Karena persepsi publik tentang politik bisa jadi hanya didasarkan pada apa yang mereka lihat di media - kadang disebut "realitas tangan kedua" - dan bukan pada fakta-fakta objektif, maka persepsi publik tentang politik belum tentu mencerminkan realitas. Di antara tujuan pencitraan politik yang diuraikan Prof. Anwar Arifin adalah pembentukan dukungan opini publik, mendorong keterlibatan politik masyarakat, pemenangan pemilihan umum, dan penentuan kebijakan politik.

Dalam *Political Communication* (2000), Nimmo berpendapat bahwa citra seseorang mencakup semua aspek kehidupan sehari-harinya, termasuk kepercayaan, sikap, dan kecenderungannya. Dengan begitu, citra dapat berkembang seiring berjalannya waktu. Secara teoritis, sebuah citra tercipta melalui serangkaian langkah yang dimulai dengan penerimaan fisik (panca indera), melewati filter perhatian, menciptakan pesan yang dapat dirasakan, dan akhirnya membentuk citra.

Selain itu, menurut Nimmo, setidaknya ada tiga tujuan dari opini seseorang mengenai politik, yang dibentuk oleh pikiran, perasaan, dan kesucian subjektif mereka. Pertama, terlepas dari seberapa akurat atau kurang detailnya pengetahuan politik seseorang, pengetahuan tersebut selalu mengarah pada pemahaman yang lebih baik

tentang peristiwa politik tertentu. Kedua, ketika mengevaluasi objek politik, seseorang dapat menggunakan kesan mereka secara keseluruhan tentang politik sebagai tolok ukur. Ketiga, bagaimana seseorang melihat diri mereka sendiri dalam hubungannya dengan orang lain dipengaruhi oleh citra diri mereka. Pencitraan politik adalah alat yang efektif dalam kotak peralatan komunikator politik, yang digunakan untuk lebih memperjelas wilayah ekspektasi antara pemilih dan politisi. Para pejabat politik, baik yang berbudi luhur maupun yang tidak, telah mencurahkan banyak waktu dan upaya untuk menumbuhkan citra publik yang positif untuk mempengaruhi para pemilih, seperti yang ditunjukkan oleh Corner dan Pels.

Dikarenakan proses dari pencitraan itulah pada kemudian pemilih dapat memiliki kepercayaan untuk menentukan pilihannya terhadap calon pejabat yang ia pilih di dalam daerah pilihannya, selanjutnya kepercayaan dalam bidang politik yang sekarang dikenal dengan istilah kepercayaan politik (*political trust*), dapat diartikan sebagai rasa percaya masyarakat terhadap pemimpin. Kepercayaan masyarakat dapat berupa kekhawatiran yang muncul dari masyarakat yang aktif mengungkapkan keinginannya. Banyaknya kasus politisi yang terseret ke dalam jurang korupsi, menyebabkan masyarakat tidak dapat lagi mempercayai tindakan mereka, keberadaan artis atau public figur memberikan alternatif bagi masyarakat Saat ini, citra politisi dan elit politik sebagai organisasi dan individu sedang terpuruk di mata masyarakat, dan nampaknya terjadi krisis kepercayaan terhadap politik salah satu inisiatif mereka adalah kolaborasi dengan artis

Kebebasan dan transparansi adalah dua elemen sentral yang tampaknya mengakar kuat dalam demokrasi Indonesia karena berkaitan dengan korupsi, yang merupakan isu nasional dan nasional dalam politik Indonesia Untuk menjamin transparansi, pemerintah Indonesia telah mengadopsi beberapa praktik yang memungkinkan sistem data terbuka diakui publik melalui peraturan nasional dan dipantau oleh publik (Wijayanto, 2015) hal ini menjadi indikator bagaimana prinsip ini mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah

Seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya, Popularitas yang dimiliki oleh Alfiansyah Komeng, citra beliau yang juga sangat positif serta tidak pernah memiliki kasus, membuat masyarakat tertarik untuk memberikan kepercayaan dan memberikan suaranya kepada Komeng, hal ini terlihat dari tidak adanya kampanye *masive*, tidak kampanye, tak punya ambisi untuk menang, Komeng merupakan caleg yang tidak pernah melakukan kampanye bahkan tidak memiliki baliho sehingga banyak masyarakat yang terkejut akan pencalonan yang secara mendadak dilakukan dirinya. Namun masyarakat tetap memilihnya karena background yang tidak bermasalah dan namanya yang sudah sangat amat dikenal.

Setelah penulis melakukan penelitian melalui wawancara di Kabupaten Bogor Jawa Barat, Hasil penelitian lumayan bervariasi, ketika di tanyakan “seberapa besar kepercayaan Anda terhadap Komeng dalam menjalankan tugas jika terpilih nantinya, sebagian menjawab lumayan percaya, dan sebagian menjawab dalam bentuk angka kisaran 75-85% percaya, dan ada juga yang menjawab kalo mereka tidak percaya, hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden cukup percaya kepada Komeng,

Daya tarik responden terhadap Komeng ialah karena *track record* Komeng yang terbilang bersih dan tidak ada kasus. Seperti yang disampaikan oleh salah satu informan yang bernama Farid usia 22 Tahun asal kecamatan Suka Hati, ia menjawab pertanyaan “daya tarik apa sehingga Anda memilih Komeng” dengan jawaban:

“mungkin karena dia orang yang bisa dipercaya karena gapernah punya riwayat kejahatan ya begitu mungkin, karena saya yakin Komeng ini dia sudah terkenal tapi gapunya riwayat kejahatan ya insya allah mungkin bisa dipercaya lah buat di masyarakat” ujanya

Responden lainnya juga memberikan jawaban yang serupa ketika ditanyakan pertanyaan yang sama, Faris asal kelurahan sukahati juga mengatakan bahwa “karena memang mau pilih dia saja, ga aneh-aneh lah memang tiba tiba maju saja kan begitu”.

Berdasarkan respon dari responden di atas, mereka merasa bahwa *track record* Komeng yang terbilang bersih membuat mereka yakin memberikan suaranya dan mempercayakan beliau untuk mewakili aspirasinya nanti di DPD. Citra yang dibangun Komeng membuatnya responden merasa tertarik. Menurut Teori Pencitraan, yang menekankan pada sifat saling keterkaitan antara opini publik dan citra politik, konstruksi yang satu membentuk yang lain. Citra seorang politisi dalam politik mencakup lebih dari sekadar persona publik mereka; citra ini juga berkaitan dengan persepsi pemilih terhadap kandidat, terlepas dari seberapa akurat persepsi tersebut.

Alasan lainnya yang menjadi daya tarik bagi masyarakat ialah Konsistensi Komeng seperti yang disampaikan oleh Osama usia 22 Tahun asal kelurahan Suka Hati yang ketika ditanya “faktor apa yang membuat anda percaya kalau Komeng buat mewakili anda di DPD” responden mengatakan **“waktu selama berkarir saja dia terus konsisten, tidak menutup kemungkinan kalo dia di beri jabatan dia akan melakukan konsistensinya tersebut”**.

Poin yang disampaikan oleh responden ialah karir Komeng yang terbilang sangat cemerlang dan konsisten berkomedo membuat responden merasa tertarik untuk memilih Komeng. Komeng yang sudah berkarir sejak lama di dunia hiburan dan sering sekali muncul di berbagai program tv, serial, iklan tv, dan sebagainya, dianggap sebagai konsistensi yang tinggi dan menciptakan rasa percaya bagi para pemilih.

Beragam respon dari responden memberikan jawaban yang sangat amat bervariasi, foto yang digunakan Komeng di surat suara terbukti berhasil menarik perhatian masyarakat dan membuat masyarakat menyadari bahwasanya Komeng ikut maju dalam peregelaran pemilu 2024 dan orang-orang spontan memilihnya, *track record* Komeng yang terbilang bersih dari kontroversi dan citra beliau yang sangat positif membuat masyarakat menaruh hati untuk memilih Komeng sebagai anggota legislatif yang akan mewakili mereka selama periode 2024-2029 meskipun tanpa melakukan kampanye *masive* seperti yang dilakukan oleh calon legislatif pada umumnya.

Mantan ketua KPU RI Bapak Ilham Saputra (2020-2022) berpendapat bahwa masyarakat memberikan kepercayaan kepada Komeng tak lepas dari faktor tingginya angka kasus yang melibatkan tokoh politik baik di Partai Politik maupun yang sudah menjadi anggota dewan, dan juga *track record* Komeng yang terbilang tidak kontroversial.

“Komeng ini kan fenomena yang pertama kali, kemudian dia punya popularitas sehingga masyarakat mungkin juga sudah jenuh dengan fenomena korupsi, dengan fenomena anggota parlemen yang tidak memperjuangkan aspirasi mereka, juga melihat di berita-berita korupsi, berantem, kemudian tidak nyambung, kapasitasnya tidak baik gitu ya sehingga dia (Masyarakat) melihat bahwa Komeng ini lucu, belum punya track record yang aneh aneh, kemudian mereka merasa bahwa mungkin kalau saya melihatnya ada dua Pertama, mungkin dia memang percaya kepada Komeng sebagai anggota DPD Kedua, kejenuhan tadi, jika memilih orang yang bukan Komeng mereka khawatir akan terjadi hal- hal seperti yang saya sampaikan tadi, ada korupsi, ada ga peduli dengan aspirasi masyarakat, seperti itu” ujarnya pada saat di wawancara di kediamannya

Poin yang disampaikan oleh beliau membuktikan bahwa citra memegang peran yang sangat penting dalam membangun kepercayaan (*political trust*) antara kandidat dan pemilih. citra yang dibangun Komeng sebagai figuran yang positif ditambah popularitasnya yang sangat luar biasa menyebabkan masyarakat yang sudah jenuh dengan keadaan politik saat ini lebih memilih untuk memberikan kepercayaannya kepada Komeng. bagi pemilih pemula, Komeng yang *familiar* di mata masyarakat membuat pemilih pemula ingin memberikan suaranya karena kandidat yang *familiar* bagi mereka adalah Komeng.

Hasil wawancara yang dihadirkan beberapa narasumber yang juga “pemilih pemula” (karena berkisar umur 21-22 tahun) ini juga menunjukkan bahwa selebriti dan tokoh politik memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku memilih pemilih pemula. Temuan ini konsisten dengan pandangan bahwa pemilih pemula umumnya belum memiliki pengetahuan politik yang memadai dan cenderung tidak memiliki preferensi yang jelas dalam pemilu. Dalam konteks pemasaran politik, individu yang belum memiliki preferensi biasanya mencari informasi dari kelompok acuan (Budiman,

2014). Diperkirakan bahwa pemilih pemula mendominasi jumlah pemilih dari pemilu. Besarnya jumlah ini dan potensi dampak jangka panjang dari pemilih pemula mendorong banyak peserta Pemilu untuk fokus pada upaya memenangkan segmen pasar ini.

Ketika seorang artis mencalonkan diri sebagai politisi, mereka sering memanfaatkan citra dan popularitas yang telah mereka bangun di masyarakat. Dalam penelitian ini, penulis mengkaji fenomena Komeng, seorang komedian yang mencalonkan diri sebagai politisi dengan memanfaatkan aura selebritasnya. Komeng, yang dikenal luas melalui kariernya sebagai komedian serta partisipasinya dalam iklan dan acara televisi, menggunakan narasi komedinya sebagai kekuatan utama dalam kampanye politiknya, sosoknya yang sudah akrab dan dikenal publik memberikan keuntungan signifikan dalam pemilihan, memungkinkan dia untuk terpilih sebagai wakil masyarakat.

Fenomena ini menunjukkan bahwa pola perilaku pemilih di Indonesia seringkali lebih menekankan pada aspek *familiar* dibandingkan rasional. Masyarakat cenderung memilih calon yang mereka anggap *familiar* tanpa menggali lebih dalam mengenai program kerja yang ditawarkan. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa semakin banyak selebriti yang akan memasuki dunia politik tanpa memahami nilai-nilai politik yang mendalam, dan lebih fokus pada pencitraan atau sensasi untuk meningkatkan daya tarik mereka, ketimbang memperbaiki substansi program kerja politik mereka.

Selain itu, dinamika politik selama pemilu, terutama pemilih calon presiden dan wakil presiden, cenderung menyita perhatian publik secara lebih besar dibandingkan dengan pemilih anggota legislatif seperti DPR.DPRD. atau DPD. Akibatnya, masyarakat sering kali kurang memperhatikan pemilihan di kategori lainnya, termasuk pemilihan anggota legislatif, dan lebih fokus pada aspek yang lebih menghibur atau familiar bagi mereka. Ditambah, jumlah besar para pemilih pemula pada putaran pemilu yang kebanyakan belum mempunyai referensi terkait calon yang akan di pilih membuat mereka memastikan diri untuk memilih sosok *familiar* yang sering mereka

lihat atau dalam penelitian ini adalah Komeng pada pemilihan Anggota Legislatif DPD RI.

Meskipun begitu, tidak bisa dikatakan bahwa semua selebriti yang terjun ke dunia politik hanya mengandalkan modal sosial, ada sebagian lainnya yang memang mempunyai keresahan terhadap daerah dimana ia tinggal dimana ia akhirnya mempunyai gagasan untuk memajukan daerahnya dengan mencalonkan diris sebagai anggota legislatif.

5.5. Faktor-faktor terpilihnya Komeng sebagai anggota DPD RI Jawa Barat

Setelah dilakukannya penelitian mendalam mengenai fenomena menangnya Komeng di Jawa Barat, peneliti menemukan beberapa faktor yang mendorong elektabilitas Komeng sehingga Komeng terpilih sebagai anggota DPD RI Jawa Barat.

5.5.1 Dukungan Selebriti, dan Kawan Sejawat

Piere Bourdieu pertama kali menggunakan istilah "teori modal" dalam bukunya yang berjudul *The Forms of Capital* pada tahun 1986. Dikatakan bahwa hipotesis ini berkaitan erat dengan pertanyaan tentang kekuasaan. Dengan demikian, pertanyaan mengenai dominasi merupakan fondasi yang melandasi pemikiran Bourdieu. Tentu saja, dominasi sebagai sarana aktualisasi kekuasaan menjadi perhatian utama dalam masyarakat politik. Pada akhirnya, situasi, rencana para pemain, dan sumber daya mereka (modal) menentukan dominasi. Dalam hal ini, Komeng sudah mengantongi beberapa modal yang dimaksud Bourdieu seperti Modal Sosial karena adanya dukungan dari para komedian serta selebriti lainnya seakan menggaungkan nama Komeng menjadi lebih terdengar dan otomatis lebih unggul di banding pesaing lainnya.

Hal ini dapat dilihat ketika Komeng mendaftar sebagai caleg DPD RI di Gedung KPU, Komeng ditemani oleh Jarwo Kwat, dan Bopak Castello. Kemudian, Komeng juga bersafari meminta dukungan dengan konteks humor melalui pesan elektronik Whatsapp kepada kawan sejawat Abdel Achrian, juga berbagai sambutan hangat dan dukungan mengalir kepada Komeng dari komedian ternama lainnya seperti Daus Mini, dan Adul. Setelah rumor beredar banyaknya dukungan Komeng tuai dari

sesama selebritis ataupun tokoh lainnya seperti dukungan dari Ridwan Kamil yang di tunjukkan melalui postingan Ridwan Kamil di Instagram, dan kemudian di susul oleh dukungan Inul Daratista terhadap Komeng di kolom komentar tersebut.

Berkat dukungan tersebut, masyarakat seakan lebih tervalidasi untuk mendukung Komeng karena komedian yang melegenda itu dikenal sangat ramah, rendah hati, dan sederhana juga kemudian di tambah dengan dukungan dari selebriti lainnya menjadi pemulus laju Komeng untuk dapat terpilih menjadi Anggota DPD RI Dapil Jawa Barat.

5.5.2 Nuansa Baru dalam dinamika politik

Perilaku politik mencakup hal-hal seperti memberikan suara dalam pemilu. Menurut Samuel P. Huntington (1990: 16), tidak ada cara untuk memisahkan perilaku pemilih dari partisipasi politik. Partisipasi politik mencakup hal-hal seperti memberikan suara, memberikan sumbangan kampanye, membantu pemilu, mencari dukungan kandidat, atau melakukan hal lain yang dapat mempengaruhi hasil pemilu. Siapa pun yang bertindak atau mengambil bagian dalam proses pemilihan umum atau masalah publik tertentu terlibat dalam perilaku pemilu. Hal ini termasuk individu, partai politik, dan entitas lainnya. Selain itu, menurut Kristiadi (1996: 76), teori perilaku memilih yang memperhitungkan aspek psikologis, sosial, dan kognitif pemilih mengatakan bahwa perilaku pemilih merupakan komitmen seseorang terhadap proses demokrasi. Pada akhirnya, semua bermuara pada motivasi dan sejarah seseorang atau sekelompok orang (masyarakat) yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam memilih.

Secara tidak langsung, fenomena ini dapat ditelaah melalui Pendekatan sosiologis dalam mempengaruhi perilaku politik masyarakat untuk menjadi vote getter, Komeng memiliki status sosial dan ekonomi yang cukup yang pada akhirnya masyarakat dapat membulatkan pilihannya untuk memilih Komeng, karena masyarakat cenderung melihat status dari calon yang dihadirkan.

Uniknya, Komeng sebagai politisi selain mempengaruhi pilihan masyarakat, juga menghadirkan suasana baru diperhelatan pemilu, dengan foto yang nyentrik membuat masyarakat terhibur sekaligus tidak segan untuk memilih dirinya. Masyarakat menilai bahwa pembeda yang dihadirkan Komeng menjadikan pemilu dan rekrutmen politik menjadi hal yang tidak terlalu mencengangkan dengan nuansa humor yang Komeng tampilkan masyarakat berharap bahwa politik Indonesia tidak melulu menjadi hal yang ‘menarik urat’, bahkan dalam hal ini tidak jarang masyarakat menilai Komeng sebagai *mockingjay* dalam perpolitikan Indonesia.

5.5.3 Berangkat dari keresahan “Sang Komedian”

Dalam beberapa kehadiran Komeng dalam berbagai wawancara (baik berita ataupun *sinear*), Komeng menjelaskan keresahannya yang menganggap bahwa dunia komedi di Indonesia perlu lebih di apresiasi, dalam hal ini Komeng mengungkapkan pernah mencurahkan keresahannya pada kawan sejawat yang lebih dulu menjadi anggota legislatif di DPR, namun ternyata keresahan Komeng belum menemukan kabar baik. Oleh karena itu, Komeng berinisiatif untuk terjun langsung sebagai anggota legislatif untuk mengawal perkembangan program kerja yang pernah menjadi keresahannya yaitu memajukan ranah komedi di Indonesia seperti mengusulkan adanya hari komedi, menswadaya komunitas komedi, dan mengenalkan komedi kita sebagai program budaya di kemudian hari, Komeng menginginkan agar Indonesia bisa seperti Korea Selatan yang tidak lepas dari budaya mereka dan budaya mereka di kenal oleh dunia.

5.5.4 Kesederhanaan dan Spontan Politik

Citra publik politisi dan partai politik lebih merupakan taktik pemasaran daripada hal lainnya. Namun, ada juga hubungan dengan persepsi pemilih, yang mungkin positif atau negatif. Proses ini dikenal sebagai politik pencitraan atau pencitraan politik. Karena persepsi publik tentang politik bisa jadi hanya didasarkan pada apa yang mereka lihat di media - kadang disebut "realitas tangan kedua" - dan bukan pada fakta-fakta obyektif, maka persepsi publik tentang politik belum tentu

mencerminkan realitas. Di antara tujuan pencitraan politik yang diuraikan Prof. Anwar Arifin adalah pembentukan dukungan opini publik, mendorong keterlibatan politik masyarakat, pemenangan pemilihan umum, dan penentuan kebijakan politik.

Apa yang kita lihat sebagai realitas hanyalah representasi dari realitas tersebut di dalam pikiran kita; representasi ini bisa jadi akurat atau tidak akurat. Media massa cetak dan elektronik, khususnya, berkontribusi pada konstruksi, pemeliharaan, dan pendefinisian ulang citra melalui informasi yang mereka sebar. "Pengelolaan kesan" adalah teori ilmu sosial yang mempertimbangkan bagaimana seorang individu atau kelompok menampilkan dirinya kepada pihak luar.

Dalam hal ini, selama menjelajahi karir nya di bidang entertainment, Komeng menjadi pribadi yang sangat sederhana dan ramah, hal ini tidak dapat dipungkiri yang pada hari ini berhasil menjadi pencitraan politik jauh sebelum ia memutuskan untuk terjun ke dunia politik. Pendekatan yang dilakukan juga tidak muluk-muluk, siapa yang tidak kenal wajah dan nama besar sang maestro satire ini. Wajah familiar yang hadir dengan pose spontan dari layar kaca TV ataupun media sosial lainnya menggambarkan kesederhanaan yang membuat masyarakat yang memilihnya untuk yakin meloloskan dia sebagai Anggota DPD RI daerah Jawa Barat. Political trust yang terbentuk melalui popularitas sang komedian ulung ini berhasil membuat bonding yang kuat dalam benak masyarakat, terkesan nyeleneh namun tidak ada track record buruk membuat Komeng semakin khas dengan slogan iklan yang ia bintanginya yaitu “yang lain ketinggalan, semakin di depan!”.

5.5.5 Tanpa kepentingan pihak lain

Komeng yang datang sebagai gebrakan dalam kompetisi Pileg DPD RI Dapil Jawa Barat, tanpa dipengaruhi kongkalikong, ataupun kepentingan. Tanpa politik uang, ataupun pendekatan politik praktis. Seakan cukup berbekal nurani untuk memperjuangkan Hari Komedi dan program terkait, Komeng dapat tanpa beban pula terpilih oleh masyarakat, tanpa beban hutang, tanpa beban konspirasi, juga beban untuk melayani penguasa.

Hal ini kemudian seakan menjadi highlight dalam peningkatan elektabilitas Komeng, individu yang sebelumnya tidak masuk ke radar politik. Masyarakat yang sangat jenuh untuk memilih politisi yang riskan akan tindak pidana korupsi kemudian meyakinkan keputusannya untuk memilih Komeng karena Komeng sendiri telah merepresentasikan dunia komedi yang selalu ia tampilkan dengan kesederhanaan. Adanya Komeng tanpa lobi dari relasi-relasi politik dan kemurnian ia dalam memperjuangkan kemajuan dunia komedi yang ia putuskan untuk memulai pembangunan program itu di Jawa Barat menjadi salah satu alasan mengapa masyarakat menaruh harapan kepada Komeng.

