

FENOMENA KOMODIFIKASI ARTIS SEBAGAI *VOTE GETTER* CALON

LEGISLATIF DPW PAN JAWA BARAT

Delti Reza

Universitas Bangka Belitung
Email: deltireza69@gmail.com

Bahjatul Murtasidin

Universitas Bangka Belitung
Email: bmurtasidin@gmail.com

Sandy Pratama

Universitas Bangka Belitung
Email: sandy-pratama@ubb.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang fenomena komodifikasi artis sebagai *vote getter* dalam pemilihan umum di Indonesia, dengan fokus khusus pada Partai Amanat Nasional (PAN) di Jawa Barat. Dalam konteks perubahan sistem pemilu dari proporsional tertutup menjadi proporsional terbuka, artis diidentifikasi sebagai calon legislatif yang memanfaatkan popularitasnya untuk meraih dukungan suara. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pemaknaan artis dalam proses komodifikasi politik serta faktor-faktor yang mempengaruhi PAN dalam mengkomodifikasikan artis sebagai *vote getter*. Penelitian ini menggunakan teori komodifikasi Vincent Mosco. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif analisis konten dengan analisis data primer dan sekunder dari berbagai sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi artis terjadi melalui tiga mekanisme utama: pengalihan profesi artis menjadi politisi, peran partai politik sebagai produsen yang mengemas artis sebagai produk politik, dan pemilih yang bertindak sebagai konsumen dalam sistem politik berbasis popularitas. Faktor utama yang mendorong PAN merekrut artis adalah daya tarik elektoral mereka di kalangan pemilih muda, efektivitas media sosial dalam kampanye politik, serta citra positif yang dimiliki artis di masyarakat. Namun ada kekhawatiran bahwa pemilih mungkin lebih terfokus pada citra dan popularitas ketimbang substansi kebijakan, yang berpotensi mengurangi kualitas demokrasi. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa popularitas artis berfungsi sebagai aset strategis bagi partai politik dalam menarik perhatian pemilih, sementara tantangan terkait kompetensi dan integritas artis perlu di waspadai.

Kata Kunci: Komodifikasi Artis, *Vote Getter*, Partai Politik, PAN Jawa Barat, Pemilu Legislatif.

ABSTRACT

This research examines the phenomenon of artist commodification as a votegetter in Indonesian elections, with a particular focus on the National Mandate Party (PAN) in West Java. In the context of changing the electoral system from closed to open proportional, artists are identified as legislative candidates who utilize their popularity to gain votes. The purpose of this study is to analyze the meaning of artists in the process of political commodification as well as the factors that influence PAN in commodifying artists as vote getters. This research uses Vincent Mosco's commodification theory. The research method used is a qualitative content analysis approach with primary and secondary data analysis from various sources. The results show that the commodification of artists occurs through three main mechanisms: the transfer of artists' profession into politicians, the role of political parties as producers who package artists as political products, and voters who act as consumers in a popularity-based political system. The main factors driving PAN to recruit artists are their electoral appeal among young voters, the effectiveness of social media in political campaigns, and the positive image that artists have in society. However, there are concerns that voters may be more focused on image and popularity rather than policy substance, potentially reducing the quality of democracy. In addition, this study found that the popularity of artists serves as a strategic asset for political parties in attracting voters' attention, while challenges related to the competence and integrity of artists need to be watched out for.

Keywords: *Artist Commodification, VoteGetter, Political Party, PAN West Java, Legislative Election*

PENDAHULUAN

Pemilu adalah kontestasi untuk mengisi jabatan politik di pemerintahan, berdasarkan pemilihan formal dari warga negara yang memenuhi syarat. Peserta pemilu terdiri dari individu dan partai politik, terutama partai politik. Partai politik mencalonkan calon dalam pemilihan yang di pilih oleh rakyat. Sistem pemilu legislatif di Indonesia telah mengalami perubahan dari proporsional tertutup menjadi proporsional terbuka dengan jumlah suara terbanyak. Dengan perubahan sistem ini, pemilih tidak hanya memilih partai politik tetapi juga calon legislatif. Perubahan sistem pemilu ini berdampak pada arah partai politik dengan memilih merekrut individu-individu yang memiliki modal sosial pribadi yang kuat, termasuk

para selebritis yang tentunya memiliki modal popularitas tersebut (Darmawan, 2015). Dalam hal strategi meraih kemenangan dalam pemilu parlemen, selebriti menjadi daya tarik karena mereka memiliki popularitas yang bisa dimaksimalkan dalam modal sosial yang cukup besar. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor utama yang mendorong partai politik merekrut selebriti. Partai politik lebih memilih merekrut selebriti dibandingkan individu yang belum memiliki cukup modal selebriti untuk di calonkan dalam pemilu.

Rekrutmen politik adalah proses pengisian jabatan-jabatan pada lembaga-lembaga politik termasuk partai politik dan administrasi atau birokrasi oleh orang-orang yang akan menjalankan kekuasaan politik (Suharno, 2004). Sedangkan menurut Cholisin, (2006), rekrutmen politik adalah seleksi dan pengangkatan seseorang atau kelompok untuk melaksanakan sejumlah peran dalam sistem politik pada umumnya dan pemerintahan pada khususnya. Ada dua jenis mekanisme rekrutmen politik yaitu rekrutmen terbuka dan rekrutmen tertutup. Pada sistem rekrutmen terbuka, seluruh warga negara yang memenuhi kriteria tertentu seperti keterampilan, usia, kondisi fisik, dan sebagainya, maka artis mempunyai hak dan kesempatan yang sama dengan warga lainnya untuk direkrut mengisi jabatan yang ada di lembaga negara/pemerintah. Tingkat persaingan untuk mendapatkan posisi biasanya sangat ketat, memastikan bahwa hanya mereka yang telah menjalani pengujian ketat yang akan muncul sebagai pemenang. Sebaliknya, dalam sistem rekrutmen tertutup, peluang tersebut hanya dapat diakses oleh sejumlah individu tertentu. Pada sistem rekrutmen politik, artis ditempatkan pada kategori sistem rekrutmen terbuka. Sistem ini mengutamakan inklusivitas dan didasarkan pada daya tarik populer, seperti popularitas, dibandingkan pengalaman politik atau loyalitas ideologis. Artis direkrut karena memiliki modal sosial yang kuat berupa pengaruh dan hubungan emosional dengan khalayak luas, yang dinilai efektif dalam meraih suara.

Pada pemilu 2019, terdapat 71 kandidat dari 10 partai politik mendaftarkan artis sebagai calon anggota DPR RI. Jumlah ini meningkat dibandingkan pemilu tahun 2014 yang mana 60 artis dicalonkan oleh 9 partai politik, diantaranya 15 selebriti terpilih menjadi anggota DPR. Tidak semua artis yang berjumlah 71 orang itu adalah seniman, di antaranya ada beberapa artis lama yang sudah tidak pernah

lagi muncul ke publik, dan ada pula yang merupakan artis baru (Nabilah, dkk. 2022). Partai Amanat Nasional (PAN) merupakan salah satu partai politik yang mengikutsertakan artis dalam prosesnya untuk mendapatkan banyak perhatian dari artis yang ingin aktif dalam politik. Beberapa anggota partai ini mencalonkan diri untuk parlemen. Adapun artis yang tergabung dalam partai tersebut adalah Rhoma Irama, Eko Patrio dari Dapil VIII Jatim, Desy Ratnasari dari Dapil IV Jabar, Primus Yustioso dari Dapil V Jabar, Anang Hermansyah dari Dapil IV Jatim, Wakil Walikota Pasha “Ungu” Kota Palu, Sulawesi Tengah Lucky Hakim, Verrel Bramasta dari Dapil Jabar, dan masih banyak lagi (Nugroho, 2018). Berdasarkan hal tersebut, masyarakat beranggapan bahwa partai tersebut adalah Partai Artis Nasional, karena sebagian besar kader partai tersebut adalah artis.

Partai politik yang melibatkan artis dalam perkaderan anggota selain partai Amanat Nasional salah satunya Partai Nasdem misalnya, merekrut dan mengusung delapan selebriti berlatar belakang penyanyi seperti Annisa Bahar dan Reza Artamevia, pemain sinetron Ali Syakieb dan Nafa Urbach, presenter TV Choky Sitohang yang ditempatkan di Dapil VI Jabar, dan Ramzi, serta musisi Didi Riyadi dan Diana Sastra. Kehadiran artis menjadi alternatif bagi masyarakat. Meskipun masih performatif hanya didasarkan pada penampilan. Nampaknya dalam kancah politik saat ini terjadi krisis kepercayaan di kalangan politisi dan elit politik karena citra institusi dan individu di mata masyarakat telah rusak.

Berdasarkan uraian latar belakang pemilihan Partai Amanat Nasional DPW Jawa Barat oleh peneliti terdapat beberapa alasan yakni, pertama, Jawa Barat merupakan provinsi dengan pemilih terbanyak di Indonesia dengan jumlah pemilih dan merupakan wilayah yang sangat strategis bagi partai politik dan pemanfaatan artis sebagai *vote getter* memiliki dampak yang signifikan terhadap perolehan suara suatu partai politik. Kedua, di Jawa Barat partisipasi artis dalam politik tinggi, Partai Amanat Nasional salah satunya partai yang mencalonkan artis ternama menjadi anggota legislatif seperti Desy Ratnasari dan Verrel Bramasta yang memiliki basis penggemar yang besar di wilayah Jawa Barat. Ketiga, pemilih di Jawa Barat sangat di pengaruhi oleh faktor-faktor seperti isu sosial, isu ekonomi, serta kecenderungan politik yang beragam, terutama dikalangan pemilih muda yang aktif di media sosial.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini dirancang menggunakan metode studi literatur dengan analisis konten pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan atau literatur analisis konten. Penelitian ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data primer dan data sekunder, yang mencakup berbagai jenis sumber seperti buku, artikel, laporan, dan dokumen digital. Pendekatan ini dapat diterapkan untuk melihat bagaimana bahasa dan representasi tentang artis dalam kampanye politik menciptakan makna tertentu yang mempengaruhi persepsi publik dan pemilih. Dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan dan analisis konten, pendekatan ini memberikan cara yang sistematis untuk mengeksplorasi fenomena tanpa perlu mengumpulkan data primer melalui wawancara atau survei langsung. Sumber data yang digunakan meliputi buku sebagai referensi akademik yang memberikan landasan teori dan konteks sejarah, artikel ilmiah yang berisi penelitian sebelumnya, laporan dari lembaga resmi yang menyajikan data dan analisis politik, serta dokumen digital dari media sosial dan blog yang memberikan wawasan tentang persepsi publik terhadap artis dalam politik.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan analisis data primer dan sekunder menggunakan sumber data primer yang berupa data analisis konten dan media cetak maupun digital. Data sekunder merupakan data pendukung dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, dan laporan survei, berfokus pada Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember-Februari 2025.

Target/Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, subyek penentuan informasi atau objek kajian terfokus pada fenomena komodifikasi artis sebagai *vote getter* bagi calon legislatif dari DPW PAN di Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana artis,

sebagai tokoh publik yang memiliki popularitas, digunakan dalam konteks politik untuk menarik dukungan suara dalam pemilihan umum. Proses penentuan informasi melibatkan langkah-langkah identifikasi, seleksi, dan analisis data dari berbagai sumber yang relevan, seperti artikel, laporan, dan penelitian terdahulu. Selain itu, konteks sosial dan budaya yang memengaruhi keterlibatan artis dalam politik juga dipertimbangkan, termasuk dinamika politik di Jawa Barat dan pengaruh media sosial. Dengan fokus pada subyek penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang peran artis dalam politik, serta strategi yang diterapkan oleh partai politik, khususnya PAN, dalam merekrut dan mengintegrasikan artis ke dalam kampanye untuk mendulang suara, sehingga menciptakan interaksi kompleks antara partai politik, artis, dan masyarakat dalam konteks pemilu.

Prosedur

Penelitian ini membagi jenis dan sumber data menjadi dua, yakni data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer data yang diperoleh melalui pengumpulan informasi langsung dari sumber yang relevan, yaitu observasi terhadap dokumen atau media yang berkaitan dengan topik penelitian tanpa melalui wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari kajian pustaka yang dilakukan secara sistematis, data yang digunakan meliputi buku sebagai referensi akademik yang memberikan landasan teori dan konteks sejarah, artikel ilmiah yang berisi penelitian sebelumnya, laporan dari lembaga resmi yang menyajikan data dan analisis politik, serta dokumen digital dari media sosial dan blog yang memberikan wawasan tentang fenomena komodifikasi artis dalam dunia politik.

Data, Instrumen, dan Tektik Pengupulan Data

Adapun yang menjadi sumber data dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Untuk dalam rangka memperoleh data dan informasi yang memadai

maka peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data sebagai teknik pengumpulan data disini adalah metode yang digunakan dan alat yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan data primer yang berupa data analisis konten dan media cetak maupun digital. Data sekunder merupakan data pendukung dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, dan laporan survei. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa teks, gambar, atau video yang mencakup iklan kampanye, pernyataan resmi, unggahan di media sosial, serta laporan analisis atau opini dari lembaga survei politik.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data berupa analisis konten. Teknik analisis konten merupakan metode analisis dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami makna yang menjadi esensi suatu fenomena dari isi komunikasi/pesan. Teknik analisis data dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu reduksi data dimana peneliti memilih data mana yang diperlukan dan data mana yang tidak diperlukan. Langkah selanjutnya adalah menyajikan data yang telah melalui proses reduksi data. Selanjutnya data-data yang disajikan tadi akan diinterpretasikan melalui proses analisis data.

1. Penarik Kesimpulan

Penarikan kesimpulan/verifikasi dilakukan dengan melakukan interpretasi atas data yang diperoleh pada literatur media cetak maupun digital.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengalihan Profesi dari Artis Menjadi Politisi

Pengalihan profesi artis menjadi politisi mencerminkan fenomena kompleks yang terjadi dalam dinamika politik di Indonesia, di mana banyak artis yang sebelumnya berkiprah di dunia hiburan kini memilih untuk terjun ke arena politik. Proses ini menandai perubahan signifikan dalam cara pandang masyarakat terhadap peran artis, yang tidak lagi sekadar sebagai penghibur, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang dapat memperjuangkan aspirasi rakyat. Dalam dunia politik modern, peran artis semakin menonjol, terutama dalam upaya partai politik untuk

menarik perhatian publik dan menggaet pemilih. Artis memiliki basis penggemar yang besar serta popularitas yang luas di masyarakat. Faktor ini menjadikan mereka aset yang berharga dalam strategi kampanye politik, terutama ketika menyasar kelompok pemilih tertentu seperti generasi muda yang aktif di media sosial. Popularitas seorang artis tidak terbatas pada dunia hiburan semata, tetapi juga mencakup pengaruh sosial yang kuat. Besarnya sebuah modal sosial yang dimiliki seseorang tergantung pada seberapa jauh jaringan hubungan yang ia bangun (Bourdieu, 1986). Modal sosial akan menjadi modal ekonomi ketika seseorang mampu memanfaatkannya untuk sebuah tujuan yang ingin dicapai, seperti menjadi anggota legislatif. Meski tidak semua artis memiliki tujuan komersial dalam mencalonkan diri sebagai anggota legislatif, namun banyaknya artis yang 'banting setir' setelah lama tidak berkecimpung di dunia hiburan memperlihatkan bahwa menjadi anggota legislatif adalah profesi menggiurkan untuk menggantikan profesi artis. Mereka memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik, mengarahkan perhatian terhadap isu-isu tertentu, serta membangun koneksi emosional dengan penggemar. Pada konteks politik, daya tarik ini dapat digunakan untuk meningkatkan citra suatu partai atau calon yang didukungnya.

Khususnya bagi generasi muda yang lebih tertarik pada figur publik ketimbang tokoh politik tradisional, kehadiran artis dapat menjadi daya tarik tersendiri. Generasi muda cenderung lebih aktif di media sosial dan mengikuti tren yang berkembang. Oleh karena itu, ketika seorang artis secara terbuka menyuarakan dukungan terhadap suatu partai atau kandidat, pesan politik tersebut lebih mudah tersebar luas dan mendapatkan perhatian yang lebih besar. Media sosial menjadi wadah efektif bagi artis untuk mempengaruhi opini publik, baik melalui unggahan pribadi, video, maupun interaksi langsung dengan pengikut mereka. Selain itu, artis juga dapat memberikan kredibilitas tambahan terhadap kampanye politik. Beberapa artis memiliki citra positif di mata masyarakat karena rekam jejak mereka yang baik di dunia hiburan maupun aktivitas sosial. Ketika mereka menunjukkan dukungan kepada suatu kandidat atau partai, penggemar yang mempercayai mereka cenderung ikut mempertimbangkan pilihan politik yang sama.

B. Organisasi Politik Sebagai Produsen

Partai atau organisasi politik bertindak sebagai produsen yang memanfaatkan artis sebagai “produk” kampanye. Partai politik di Indonesia dilihat sebagai struktur yang dapat mengontrol pemerintahan dan memfasilitasi pemilihan calon untuk jabatan politik. Oleh karena itu, tanggung jawab untuk mencalonkan kandidat berkualitas kini diberikan masyarakat kepada partai. Fenomena rekrutmen artis oleh partai politik sebagai calon legislatif dalam Pemilu 2024 dipandang sebagai suatu strategi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Para artis berupaya memiliki kendaraan politik untuk meningkatkan peluang mereka dalam memperoleh suara dari masyarakat, sementara partai politik dapat memanfaatkan popularitas artis untuk meningkatkan suara dalam pemilu tersebut. Dalam konteks ini DPW PAN merupakan organisasi politik berperan sebagai produsen yang memanfaatkan popularitas artis untuk memasarkan produk politik mereka, yang mencakup citra partai, visi dan misi, serta calon yang diusung. PAN memiliki visi dan misi yang sejalan dengan para artis, yang didasari oleh dorongan terhadap kreativitas dan seni.

PAN melakukan rekrutmen terhadap sejumlah artis muda dengan tujuan menarik minat generasi milenial, yang merupakan jumlah pemilih terbanyak dalam Pemilu 2024. Dengan melibatkan tokoh-tokoh ternama dari dunia hiburan, seperti Verrel Bramasta, Desy Ratnasari, Ritchie Ismail, Primus Yustisio dan Faisal Harris, Ketua Umum Zulkifli Hasan menyatakan bahwa PAN menekankan pentingnya keberagaman latar belakang bacaleg dan menegaskan bahwa yang terpenting adalah setiap bacaleg memiliki keberpihakan kepada rakyat, tanpa membedakan asal-usul mereka, baik itu dari kalangan artis, petani, atau buruh. Dengan kehadiran para artis, PAN berharap dapat meningkatkan daya tarik partai, terutama di kalangan generasi muda dan milenial yang sangat dipengaruhi oleh media sosial dan budaya populer.

C. Publik Sebagai Konsumen Politik

Publik atau pemilih berperan sebagai konsumen yang mengkonsumsi citra selebriti dalam konteks politik. Alih-alih memilih berdasarkan pemahaman mendalam atas kebijakan atau visi politik, pemilih lebih terpengaruh oleh citra selebriti yang digunakan dalam kampanye, sehingga mereka terlibat dalam politik sebagai konsumen yang tertarik pada simbol-simbol atau citra, bukan substansi. Dalam hal ini, pemilih bertindak seperti konsumen di pasar, di mana mereka

menimbang manfaat dan risiko dari setiap pilihan yang ada, sehingga keputusan yang diambil dapat mencerminkan aspirasi dan kebutuhan mereka.

Proses evaluasi ini melibatkan sejumlah faktor yang kompleks. Pertama, kinerja dan rekam jejak kandidat menjadi aspek utama yang diperhatikan. Pemilih sering kali menilai pengalaman, prestasi, serta kebijakan yang telah dijalankan oleh calon atau partai dalam periode sebelumnya. Selanjutnya, program dan visi-misi yang ditawarkan oleh kandidat juga menjadi faktor penentu dalam evaluasi pemilih. Pemilih cenderung mencari calon yang mampu menawarkan solusi nyata terhadap permasalahan yang mereka hadapi. Dalam konteks komodifikasi artis sebagai *vote getter*, publik berfungsi sebagai konsumen politik yang aktif, mengonsumsi citra dan popularitas artis yang telah dikembangkan oleh partai politik untuk menarik suara di kontestasi pemilihan umum. Di Jawa Barat, khususnya dalam kasus DPW PAN, citra publik artis menjadi politisi seperti Desy Ratnasari dan Verrell Bramasta tidak hanya menjadi wajah kampanye, tetapi juga simbol dari strategi pemasaran politik yang memanfaatkan ketenaran mereka untuk menjangkau pemilih. Pada proses ini, publik tidak hanya menerima pesan politik, tetapi juga berperan aktif dalam menentukan elektabilitas artis menjadi politisi. Mereka memberikan suara berdasarkan bagaimana mereka mengonsumsi dan menilai citra yang dipromosikan. Interaksi ini terjadi tidak hanya di ruang pemungutan suara, tetapi juga di *platform* media sosial, di mana publik dapat memberikan *feedback*, berbagi pendapat, dan terlibat dalam diskusi mengenai isu-isu yang diangkat oleh artis tersebut.

Kehadiran selebriti dalam pemilu bisa meningkatkan ketertarikan pemilih pemula, yang sering kali dipengaruhi oleh figur publik yang mereka idolakan. Pada pemilihan umum Indonesia 14 Februari 2024, data menunjukkan bahwa jumlah pemilih tercatat sebanyak 204.807.222 pemilih. Berdasarkan hasil rekapitulasi DPT, mayoritas pemilih Pemilu 2024 didominasi dari kelompok generasi Z dan milenial. Dari jumlah pemilih yang terdaftar, Sebanyak 66.822.389 atau 33,60% pemilih dari generasi milenial. Sedangkan pemilih dari generasi Z tercatat sebanyak 46.800.161 pemilih atau sebanyak 22,85% dari total DPT Pemilu 2024. Di Jawa Barat tercatat sebanyak 35.714.901 pemilih, dan 40% diantaranya didominasi pemilih pemula.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai fenomena komodifikasi artis sebagai *vote getter* calon legislatif DPW PAN Jawa Barat, yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa hasil yang didapatkan dari penelitian ini, Terdapat beberapa faktor pendorong yang memengaruhi PAN dalam mengkomodifikasikan artis sebagai *vote getter*. Pertama, popularitas artis yang tinggi dapat dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik perhatian pemilih, terutama generasi muda yang cenderung lebih responsif terhadap figur publik. Kedua, keterlibatan generasi muda dalam politik dan penggunaan media sosial yang semakin meningkat menciptakan peluang bagi partai untuk beradaptasi dengan dinamika politik yang berubah. Ketiga, strategi PAN yang ingin beradaptasi dengan tren pemilih yang terus berkembang, di mana popularitas dianggap sebagai aset strategis dalam menarik dukungan suara. Dengan merekrut artis yang memiliki daya tarik massa, PAN berharap dapat meningkatkan peluang mereka dalam pemilu dan mengoptimalkan modal sosial yang dimiliki oleh artis untuk mendapatkan dukungan yang lebih besar dari pemilih.

Secara keseluruhan, keterlibatan artis dalam politik menciptakan dinamika baru yang menarik, tetapi juga menuntut masyarakat untuk lebih kritis dalam menilai kinerja dan kompetensi para calon legislator. Keberhasilan atau kegagalan artis dalam menjalankan peran politik mereka akan menjadi cermin bagi publik untuk mengevaluasi efektivitas komodifikasi ini dalam konteks pemilu mendatang. Melalui pendekatan kualitatif analisis konten dan teori komodifikasi Vincent Mosco, dapat disimpulkan bahwa pengalihan profesi, peran organisasi, dan publik sebagai konsumen politik saling berinteraksi dalam membentuk dinamika politik yang baru.

Saran

Untuk akademisi ataupun peneliti diharapkan akan lebih banyak penelitian yang membahas mengenai teori komodifikasi dalam konteks politik, khususnya

terkait bagaimana popularitas artis dimanfaatkan dalam strategi kampanye, serta mengeksplorasi hubungan antara popularitas, kompetensi, dan hasil pemilu. Kemudian Saran Praktis Partai Amanat Nasional (PAN) dan partai politik lainnya disarankan untuk mempertimbangkan kualifikasi dan kompetensi artis yang dijadikan calon legislatif, serta menyediakan pelatihan politik yang relevan. Dalam merancang strategi kampanye, penting untuk mengintegrasikan pesan politik yang substantif dengan daya tarik artis, sehingga pemilih dapat memahami kebijakan yang diusung. Mengadakan kegiatan sosial dan forum diskusi untuk interaksi langsung antara artis dan masyarakat dapat membangun kepercayaan dan kedekatan emosional.

TENTANG PENULIS

Nama Delti Reza, lahir di desa Pergam, Kabupaten Bangka Selatan, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tanggal 14 April 2001. Alamat email penulis yaitu deltireza69@gmail.com Motto hidup penulis “Tiada Hasil Tanpa Memulai”.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliano, YN. (13 Agustus 2023) *‘Keterlibatan Artis dalam Pemilu 2024: Antara Popularitas dan Kualifikasi Politik’*. Diakses pada 07 Februari 2025 dari <https://thecolumnist.id/artikel/keterlibatan-artis-dalam-pemilu-2024-antara-popularitas-dan-kualifikasi-politik-2516>.
- ANTARA. (26 Juli 2023) *‘Praktisi: Pro Kreatifitas dan Seni Jadi Alasan Artis Gabung di PAN’*. Diakses pada 05 Januari 2025 dari <https://m.antaranews.com/berita/praktisi-pro-kreatifitas-dan-seni-jadi-alasan-artis-gabung-di-pan>.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (4 Maret 2009). *Hasil Penghitungan Suara Sah Partai Politik Peserta Pemilu Legislatif Tahun 1955-2024*. Diakses pada 21 Januari 2025, dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/hasil-penghitungan-suara-sah-partai-politik-peserta-pemilu-legislatif-tahun-1955-2019>.
- Bagaskara, B. (05 Juli 2023) *‘DPT Jabar Di Pemilu 2024 Capai 35 Juta Orang, Didominasi Millenial’*. Diakses pada 28 Desember 2024 dari <https://www.detik.com/jabar/berita/dpt-jabar-di-pemilu-2024-capai-35-juta-orang-didominasi-millennial>.
- Bahrudin, M. (29 Feb 2024) *‘Caleg Artis, Modal Sosial, dan Popularitas’*. Diakses pada 07 Februari 2025 dari <https://news.detik.com/kolom/caleg-artis-modal-sosial-dan-popularitas>.

- Darmawan, I. (2015) '*Keterlibatan Selebriti Dalam Pemilu Indonesia Pasca Orde Baru*', *Sosiohumaniora*, 17(3), pp. 230–236.
- Databoks. (05 Juli 2023) '*KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial*'. Diakses pada 24 Desember 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/politik/statistik/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial>.
- Evanalia, S., Rochim, A., & Fatimah, S. (2023). '*Komodifikasi Pekerja dan Dampaknya pada Kualitas Pemberitaan di YouTube KompasTV*'. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 69–81.
- Handaningrum, R., & Rini, R. A. P. (2014). '*Persepsi Terhadap Kualitas Calon Legislatif (Caleg), Dan Kepercayaan Politik (Political trust) dengan Partisipasi Politik*'. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(03).
- IDN TIMES. (09 Februari 2023) '*Rekrutmen Artis Jadi Kader PAN: Itu Bukan Strategi Naikan Elektabilitas*'. Diakses pada 20 Januari 2025 dari <https://www.idntimes.com/news/indonesia/santi-dewi/rekrut-artis-jadi-kader-pan-itu-bukan-strategi-naikan-elektabilitas>.
- Jubaedah, E., Affandi, I. and Anggraeni, L. (2022) '*Pengaruh Calon Artis Legislatif terhadap Perilaku Pemilih Masyarakat di Kota Bandung*', *Jurnal Education and Development*, 10(2), pp. 95–98.
- Kurniawati, M. (2023). '*Pengaruh Selebritis, Tokoh Politik & Perilaku Memilih Dalam Pemilu Pada Pemilih Pemula*'. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(2), 61–65.
- Miqdad, M., & Rahmatunnisa, M. (2023). '*Branding Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Amanat Nasional Jawa Barat Di Instagram Menjelang Pemilu 2024*'. *Aliansi: Jurnal Politik, Keamanan Dan Hubungan Internasional*, 2(3), 112.
- Mosco. (2013). *The Political Economy of Communication (edisi ke-2)*. London: Sage Academic Books.
- Sahaki KB. (29 Mei 2023). '*Pro Kontra Fenomena Artis Berpartisipasi dalam Pemilu 2024: Perpaduan Dunia Hiburan dan Dunia Politik*'. Diakses pada 21 Januari 2025 dari <https://www.kabarbuana.com/politik/9068944549/pro-kontra-fenomena-artis-berpartisipasi-dalam-pemilu-2024-perpaduan-dunia-hiburan-dan-politik>.