



Pengaruh Populisme Selebritis Dalam Pencalonan Legislatif di Indonesia

Fransin Kontu¹, Stefanus Pesak²

^{1,2} Ilmu Administrasi Negara, Universitas Musamus, Indonesia

Received: 03-03-2025

Accepted: 06-05-2025

Published: 17-06-2025

Abstract

This study examines the phenomenon of celebrity populism in the context of legislative candidacy in Indonesia, particularly during the 2024 General Election. Celebrity populism refers to a political strategy that relies on public popularity, personal image, and emotional proximity to gain electoral support. A qualitative approach was used to explore voter preferences, campaign strategies, the role of social media, and the challenges faced by celebrities entering the political arena. Data were collected through literature review, media documentation, and content analysis of social media platforms. The findings reveal that voters tend to support celebrity candidates not based on their political vision or programs, but due to symbolic closeness and personal appeal developed through entertainment media. Social media serves as the primary tool to construct a populist, "people-oriented" image, although often lacking substantive political content. On the other hand, limited political capacity, public skepticism, and the challenge of adapting to party structures are major obstacles faced by celebrity candidates. These findings suggest that while celebrity populism may broaden political participation, it also risks diminishing the quality of political representation. Therefore, strengthening political literacy and party-based political development is essential to safeguard the quality of democracy amid growing trends of political personalization.

Keywords: *Celebrity Populism, Elections, Social Media, Voter Preference, Indonesian Politics.*

PENDAHULUAN

Populisme sebagai suatu ideologi atau gaya kepemimpinan yang mengutamakan kepentingan rakyat, telah banyak dikaji dalam berbagai disiplin ilmu, terutama ilmu politik. Hal ini sejalan dengan pandangan Edward Shils (1956) yang menyatakan bahwa populisme menempatkan kehendak rakyat sebagai otoritas tertinggi, yang berada di atas seluruh norma, institusi, dan standar lainnya dalam tatanan politik dan sosial.

Menurut Mudde dan Kaltwasser (2017), populisme merujuk pada pandangan dunia yang membagi masyarakat menjadi dua kelompok: "rakyat murni" dan "elit yang korup", dengan fokus pada tuntutan rakyat untuk melawan kelompok elit yang dianggap tidak mewakili kepentingan mereka. Dalam konteks pencalonan legislatif di Indonesia, selebritis sering kali dianggap sebagai perwakilan dari rakyat biasa, karena mereka memiliki popularitas dan pengaruh yang besar dikalangan masyarakat. Hal ini menjadi daya tarik bagi para pemilih yang merasa lebih dekat dengan figur publik tersebut.

Fenomena ini semakin kuat dengan berkembangnya media sosial, yang memungkinkan selebritis untuk membangun citra diri mereka secara langsung kepada publik. Fenomena ini bukanlah hal baru, baik di tingkat global maupun nasional. Hal ini membuat selebritis menjadi lebih dikenal dan mudah diakses oleh pemilih. Di sisi lain, fenomena populisme selebritis ini juga memunculkan pro dan kontra. Sebagian kalangan melihatnya sebagai bentuk kemajuan demokrasi, karena memberikan kesempatan kepada figur yang dianggap dekat dengan rakyat untuk ikut serta dalam proses politik. Namun, ada juga yang menganggap bahwa fenomena ini hanya memperburuk kualitas politik di Indonesia, dengan mengedepankan popularitas ketimbang substansi dan kapasitas seorang calon legislatif.

Di Indonesia, tren ini semakin menonjol menjelang pemilihan umum, di mana sejumlah figur publik dari kalangan selebritis, atlet, maupun influencer mulai aktif mencalonkan diri sebagai anggota legislatif. Kemunculan mereka tidak hanya membawa popularitas, tetapi juga strategi komunikasi politik yang khas, yang kerap mengadopsi gaya populis untuk menarik simpati publik. Dalam konteks politik elektoral, selebriti cenderung menggunakan identitas mereka yang sudah dikenal luas sebagai modal sosial untuk membentuk koneksi langsung dengan pemilih. Mereka sering memanfaatkan media sosial, penampilan publik, dan narasi personal untuk menciptakan kesan keterwakilan rakyat biasa dan mengaburkan batas antara hiburan dan politik.

Aza Rifda Khamimiya, dkk (2023) menyoroti bahwa partai politik di

Indonesia, seperti Partai Amanat Nasional, merekrut selebritis sebagai calon legislatif karena mereka dianggap memiliki modal sosial yang dapat meningkatkan elektabilitas partai. Namun, hal ini juga menimbulkan pertanyaan mengenai kualitas dan kompetensi calon legislatif yang dihasilkan. Fenomena ini memunculkan berbagai pertanyaan kritis mengenai kualitas demokrasi dan representasi politik. Apakah kemunculan selebritis dalam pencalonan legislatif sekadar hasil dari personal branding dan popularitas, atau mencerminkan kebutuhan representasi baru dalam masyarakat modern? Bagaimana gaya populis mereka memengaruhi persepsi dan preferensi pemilih? Dan sejauh mana strategi populisme selebritis efektif dalam membentuk legitimasi politik?

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis bagaimana populisme dijalankan oleh figur selebritis dalam proses pencalonan legislatif di Indonesia. Fokus utama diarahkan pada strategi komunikasi populis yang digunakan oleh selebriti politik dalam membangun citra “merakyat” guna menarik simpati dan dukungan publik. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji bagaimana persepsi masyarakat terbentuk terhadap keterlibatan selebritis dalam politik, serta menelaah sejauh mana pendekatan populisme selebritis mampu memengaruhi legitimasi dan tingkat elektabilitas mereka dalam kontestasi legislatif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika populisme dalam konteks politik elektoral Indonesia, khususnya melalui figur-figur yang berasal dari dunia hiburan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Haryanto (2020), selebritis dapat menjadi faktor penting dalam menarik perhatian pemilih yang cenderung tidak peduli dengan politik, namun tertarik dengan sosok yang mereka kenal dari layar kaca. Popularitas selebritis yang sudah memiliki basis massa yang besar di luar politik membuat mereka lebih mudah diterima oleh masyarakat, meskipun mereka mungkin tidak memiliki pengalaman atau pemahaman yang mendalam mengenai isu-isu politik. Fenomena ini juga dipengaruhi oleh pendekatan "cepat"

dalam pemasaran politik, di mana figur publik yang sudah terkenal dapat lebih mudah memenangkan hati pemilih meskipun dengan materi kampanye yang minim.

Di sisi lain, fenomena populisme selebritis dalam pencalonan legislatif juga menciptakan kekhawatiran terhadap kualitas representasi politik. Banyak yang berpendapat bahwa popularitas semata tidak cukup untuk menjalankan tugas legislatif dengan baik. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Liddle (2019), yang mengingatkan bahwa meskipun selebritis bisa jadi memiliki pengaruh besar di kalangan masyarakat, mereka seringkali tidak memiliki kompetensi yang diperlukan untuk membuat keputusan politik yang rasional dan bertanggung jawab. Dalam konteks ini, muncul pertanyaan mengenai apakah selebritis, yang sering kali memiliki latar belakang di luar dunia politik, mampu berperan efektif sebagai wakil rakyat yang baik.

Meskipun demikian, penelitian ini percaya bahwa fenomena populisme selebritis dalam pencalonan legislatif tidak dapat dipandang dengan satu sisi saja. Fenomena ini bisa saja menjadi jembatan antara politik dan masyarakat, khususnya masyarakat yang selama ini merasa teralienasi dari proses politik. Para selebritis yang terjun ke dunia politik, meskipun memiliki keterbatasan dalam hal pengalaman politik, bisa saja membawa pendekatan baru yang lebih segar dan lebih relevan dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat.

Tabel 1. Daftar Anggota Legislatif Selebritis dan Perolehan Suaranya

No	Nama Caleg	Partai	Dapil	Perolehan Suara
1	Dede Yusuf	Demokrat	Jawa Barat II	210.179
2	Rano Karno	PDIP	Banten III	149.397
3	Ahmad Dhani	Gerindra	Jawa Timur I	134.227
4	Primus Yustisio	PAN	Jawa Barat V	128.892
5	Rachel Maryam	Gerindra	Jawa Barat II	114.749
6	Moreno Soeprapto	Gerindra	Jawa Timur V	112.313
7	Tommy Kurniawan	PKB	Jawa Barat V	100.656
8	Verrell Bramasta	PAN	Jawa Barat VII	94.810
9	Rieke Diah Pitaloka	PDIP	Jawa Barat VII	94.201
10	Eko Patrio	PAN	DKI Jakarta I	93.673

11	Mulan Jameela	Gerindra	Jawa Barat XI	83.526
12	Henry Indraguna	Golkar	Jawa Tengah V	82.401
13	Melly Goeslaw	Gerindra	Jawa Barat I	75.369
14	Nafa Urbach	NasDem	Jawa Tengah VI	67.652
15	Arzeti Bilbina	PKB	Jawa Timur I	62.790
16	Denny Cagur	PDIP	Jawa Barat II	58.043
17	Junico B.P. Siahaan	PDIP	Jawa Barat I	56.516
18	Once Mekel	PDIP	DKI Jakarta II	47.896
19	Uya Kuya	PAN	DKI Jakarta II	46.326
20	Dina Lorenza	Demokrat	Jawa Timur III	36.321
21	Sigit Purnomo	PAN	DKI Jakarta III	6.143
22	Jeje Govinda	PAN	Jawa Barat II	10.581
23	Iyeth Bustami	PKB	Riau I	80.750
24	Chintya Riza	PSI	Jawa Tengah V	34.589
25	Desy Ratnasari	PAN	Jawa Barat IV	30.975
26	Nurul Arifin	Golkar	Jawa Barat I	22.818

Sumber: KPU RI, 2024

Studi mengenai pengaruh populisme selebritis dalam pencalonan legislatif di Indonesia juga perlu melihat pada konteks global, di mana fenomena serupa dapat ditemukan di negara lain. Misalnya, di Amerika Serikat, fenomena selebritis yang terjun ke dunia politik sudah tidak asing lagi. Selebritis seperti Arnold Schwarzenegger yang menjadi gubernur California dan Donald Trump yang menjadi presiden Amerika Serikat adalah contoh dari bagaimana popularitas seorang figur publik dapat memengaruhi jalannya politik di negara tersebut. Oleh karena itu, pengaruh populisme selebritis dalam politik Indonesia dapat dilihat sebagai bagian dari tren global yang lebih luas, meskipun dengan karakteristik yang sangat khas sesuai dengan konteks politik Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam bagaimana populisme selebritis dibangun dan berpengaruh dalam proses pencalonan legislatif di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna, strategi, serta konstruksi sosial yang muncul dalam fenomena populisme politik oleh figur selebritas.

Sumber data utama diperoleh melalui wawancara mendalam dengan sejumlah pemilih, dan politisi. Selain itu, observasi terhadap kampanye selebritis juga dilakukan untuk memahami bagaimana

populisme selebritis diterjemahkan dalam praktik kampanye politik. Sumber data sekunder juga digunakan, berupa artikel media, laporan resmi pemilu, dan publikasi terkait fenomena populisme selebritis dalam politik Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mendorong selebritis terjun ke dunia politik, bagaimana mereka memanfaatkan popularitas mereka, serta dampaknya terhadap dinamika pemilu di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi Pemilih dan Peran Populisme Selebritis

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa popularitas selebritis memainkan peran yang sangat signifikan dalam memengaruhi preferensi pemilih dalam pemilu legislatif di Indonesia. Preferensi pemilih terhadap calon legislatif dari kalangan selebritis umumnya dipengaruhi oleh faktor emosional dan afektif, bukan semata-mata rasional. Banyak pemilih yang cenderung memilih selebritis yang sudah dikenal luas oleh masyarakat, terutama yang memiliki banyak pengikut di media sosial. Sebagian besar pemilih tidak mengetahui secara rinci program kerja maupun latar belakang politik selebritis calon legislative yang mereka pilih. Mereka cenderung mengaitkan popularitas dengan kapasitas, dan mempersepsikan ketokohan publik sebagai indikator kepemimpinan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana populisme selebritis menjadi faktor dominan dalam pencalonan legislatif.

Berdasarkan data survei yang dilakukan dalam penelitian ini, hampir 60% pemilih menyatakan bahwa mereka lebih memilih calon legislatif yang memiliki popularitas di dunia hiburan atau media sosial, meskipun mereka mungkin tidak mengetahui secara mendalam tentang visi dan misi politik calon tersebut. Hal ini sesuai dengan temuan Carty (2014), yang mengungkapkan bahwa selebritis dalam politik sering kali menggunakan ketenaran mereka sebagai aset utama dalam meraih dukungan.

Keputusan pemilih yang lebih mengutamakan popularitas selebritis dibandingkan kompetensi politik menunjukkan adanya kedekatan emosional antara pemilih dengan selebritis. Para pemilih merasa bahwa mereka memiliki hubungan yang lebih personal dengan selebritis-selebritis yang mereka kenal lewat dunia hiburan. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa hampir 60% pemilih dari kalangan pemilih muda menyatakan bahwa mereka memilih selebritis karena kedekatan emosional yang terbentuk melalui interaksi di media sosial dan tayangan hiburan yang mereka ikuti. Beberapa selebritis mengangkat kisah pribadi, perjuangan hidup, dan pengalaman sosial mereka sebagai bentuk legitimasi moral untuk mencalonkan diri. Narasi ini membentuk kesan bahwa mereka memiliki kedekatan empatik

dengan rakyat dan mampu merepresentasikan kepentingan masyarakat bawah. Sebagaimana dijelaskan oleh Liddle (2019), kedekatan emosional ini memengaruhi preferensi pemilih, yang lebih cenderung memilih selebritis yang mereka anggap "mewakili" suara mereka meskipun minim pengalaman politik.

Namun, meskipun ada kecenderungan memilih selebritis berdasarkan popularitas, sebagian pemilih, terutama dari kalangan yang lebih berpendidikan dan berusia lebih tua, mengutamakan pengalaman dan visi misi calon legislatif. Sekitar 40% responden yang terlibat dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka memilih calon legislatif berdasarkan rekam jejak dan kebijakan yang mereka tawarkan, bukan hanya karena ketenaran mereka. Oleh karena itu, meskipun populisme selebritis dapat menarik perhatian banyak pemilih, masih ada segmen masyarakat yang lebih memilih politisi dengan pengalaman dan keahlian dalam bidang politik. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun popularitas selebritis menjadi faktor utama dalam pemilihan legislatif, kedekatan emosional yang terbentuk melalui dunia hiburan dan media sosial tetap memegang peran kunci dalam memengaruhi keputusan pemilih. Hal ini sejalan dengan pandangan Haryanto (2020) yang mengemukakan bahwa figur publik, khususnya selebritis, menjadi "produk politik" yang digemari oleh banyak pemilih karena citra positif yang mereka bangun di masyarakat.

Peran Media Sosial dalam Kampanye Selebritis

Media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam strategi kampanye politik selebritis. Dibandingkan dengan politisi konvensional, selebritis umumnya telah memiliki basis pengikut (*followers*) yang besar dan loyal di *platform* seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* bahkan sebelum terjun ke dunia politik. Modal sosial digital ini menjadi keuntungan awal yang dimanfaatkan secara maksimal untuk membangun kedekatan dengan pemilih dan memperluas jangkauan pesan politik.

Salah satu pola umum yang ditemukan dalam kampanye selebritis adalah penggunaan narasi visual dan storytelling personal. Melalui unggahan konten bergaya santai namun emosional, seperti kegiatan blusukan, testimoni warga, hingga kegiatan sosial, para selebritis berupaya membangun citra sebagai figur yang dekat, peduli, dan tidak berjarak dengan masyarakat. Mereka juga memanfaatkan fitur interaktif seperti komentar, polling, dan sesi live streaming untuk menciptakan hubungan dua arah dengan pengikut, yang memberikan kesan keterbukaan dan pselebritisipasi.

Strategi ini sejalan dengan karakteristik populisme digital, di mana teknologi digunakan untuk menampilkan citra ‘orang biasa’ yang mewakili suara rakyat melawan elit. Dalam konteks ini, selebritis tidak hanya menjual ketenaran, tetapi juga mengemas pesan politik dalam gaya komunikasi yang ringan, menghibur, dan mudah diterima oleh audiens muda, segmen pemilih yang dominan di media sosial.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hampir seluruh selebritis yang terlibat dalam pencalonan legislatif memanfaatkan media sosial sebagai alat utama untuk membangun citra dan menyebarkan pesan politik mereka. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka merasa lebih “dekat” dan “terhubung” dengan calon legislatif dari kalangan selebritis karena sering melihat aktivitas mereka di media sosial, meskipun belum memahami program kerja mereka secara rinci. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai alat legitimasi emosional, bukan hanya sebagai saluran informasi politik.

Peran media sosial dalam kampanye selebritis mencerminkan pergeseran dari politik berbasis struktur ke politik berbasis citra dan komunikasi langsung. Fenomena ini memperkuat konsep “mediatized politics”, di mana keberhasilan elektoral ditentukan oleh kemampuan tampil menarik di ruang digital, bukan semata oleh ideologi atau kapasitas kebijakan. Media sosial memberikan peluang besar bagi selebritis untuk melompati struktur partai dan birokrasi politik yang biasanya menjadi jalur utama karier politik. Namun di sisi lain, kondisi ini menciptakan tantangan dalam membangun demokrasi yang berbasis kualitas, karena ruang publik digital mudah dibanjiri oleh informasi yang dangkal, personalisasi berlebihan, dan pengaburan isu-isu substansial.

Dengan demikian, sementara media sosial terbukti efektif sebagai alat kampanye bagi selebritis, keberlanjutan pengaruh politik mereka sangat bergantung pada sejauh mana mereka dapat mengubah popularitas digital menjadi pselebritisipasi politik yang bermakna dan berkualitas.

Strategi Kampanye Selebritis

Strategi kampanye selebritis dalam pemilu legislatif cenderung mengedepankan pendekatan personal dan emosional guna membangun koneksi dengan pemilih. Selebritis memanfaatkan modal sosial dan popularitas yang telah mereka miliki untuk memperkuat daya tarik politiknya, dengan berbagai cara yang khas dan berbeda dari politisi tradisional. Salah satu strategi utama adalah penggunaan narasi “merakyat” yang mengedepankan kesederhanaan, kedekatan, dan empati terhadap permasalahan rakyat kecil. Narasi ini dikemas dalam

bentuk cerita pribadi atau pengalaman yang menggambarkan bagaimana mereka memahami dan merasakan kondisi masyarakat secara langsung. Dengan demikian, selebritis mencoba mengaburkan batas antara figur publik dan warga biasa untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan identifikasi.

Selain itu, selebritis juga memanfaatkan media sosial secara intensif untuk menjangkau pemilih, terutama generasi muda. Konten yang diunggah biasanya bersifat interaktif, seperti video vlog, sesi tanya jawab, dokumentasi kegiatan sosial, dan reaksi terhadap isu-isu aktual yang tengah berkembang. Strategi ini tidak hanya bertujuan meningkatkan visibilitas, tetapi juga membangun citra sebagai politisi yang responsif dan mudah didekati.

Dalam konteks kampanye offline, selebritis kerap melakukan kegiatan blusukan atau turun ke lapangan dengan gaya informal yang berbeda dari politisi tradisional. Pendekatan ini dirasakan lebih efektif dalam menciptakan kesan kehadiran nyata dan kepedulian yang tulus terhadap konstituen. Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa beberapa selebritis menghadapi tantangan dalam menyampaikan program kerja yang konkret, karena fokus kampanye lebih banyak pada citra dan personal branding.

Strategi lain yang terlihat adalah kolaborasi dengan influencer lain, komunitas, dan tokoh masyarakat untuk memperluas jaringan dukungan. Hal ini menunjukkan bahwa selebritis tidak hanya mengandalkan popularitas pribadi, tetapi juga memanfaatkan jejaring sosial yang sudah ada untuk memperkuat basis pemilih. Temuan ini konsisten dengan konsep populisme selebritis yang menekankan aspek personalisasi politik dan hubungan emosional langsung dengan pemilih. Strategi kampanye yang mengedepankan kedekatan dan kesederhanaan mampu mengatasi jarak sosial antara elite politik dan masyarakat, yang selama ini menjadi kritik utama terhadap politik tradisional.

Namun, strategi ini juga menghadirkan risiko apabila popularitas semata dijadikan modal tanpa disertai penguatan kapasitas politik dan penguasaan isu. Kampanye yang terlalu berfokus pada citra dapat menghasilkan ekspektasi yang tinggi dari pemilih, sementara kinerja legislatif yang substansial justru terbatas. Secara keseluruhan, strategi kampanye selebritis menunjukkan perpaduan antara kekuatan media digital, personal branding, dan pendekatan populis yang efektif untuk memenangkan dukungan, terutama di era media sosial yang semakin dominan dalam politik modern.

Tantangan dan Kendala dalam Populisme Selebritis

Salah satu kendala utama yang teridentifikasi dalam penelitian ini adalah keterbatasan sebagian selebritis dalam memahami isu-isu politik, hukum, dan kebijakan publik secara mendalam. Popularitas dan kemampuan komunikasi yang tinggi sering kali tidak diimbangi dengan pemahaman terhadap tugas legislatif, seperti penyusunan undang-undang, fungsi pengawasan, dan anggaran. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang sejauh mana mereka dapat menjalankan fungsi representatif secara substantif di parlemen.

Meskipun banyak pemilih yang mendukung selebritis karena popularitas dan kedekatan emosional, sebagian kalangan, termasuk akademisi, aktivis, dan pemilih terdidik, menunjukkan sikap skeptis terhadap fenomena ini. Mereka memandang populisme selebritis sebagai bentuk personalisasi politik yang berisiko mereduksi kualitas demokrasi menjadi ajang popularitas, bukan kompetensi. Sikap skeptis ini juga tercermin dalam media, di mana beberapa pemberitaan menyoroti minimnya kontribusi selebritis di parlemen atau kecenderungan mereka lebih menonjol di media sosial ketimbang di forum legislatif.

Selain itu, ketergantungan pada popularitas menjadi salah satu kendala utama dalam populisme selebritis. Banyak selebritis yang hanya mengandalkan ketenaran mereka tanpa memperhatikan pentingnya kompetensi dalam bidang politik. Sebagai contoh, beberapa selebritis yang mencalonkan diri dalam pemilu legislatif sering kali terjebak dalam sensasi kampanye yang mengedepankan citra pribadi, sementara mereka tidak memberikan informasi yang jelas terkait program kerja mereka. Haryanto (2020) mencatat bahwa ketergantungan pada popularitas ini dapat menurunkan kualitas politik, karena pemilih yang memilih berdasarkan popularitas selebritis sering kali kurang memperhatikan kualitas kebijakan yang ditawarkan oleh calon legislatif.

Tantangan-tantangan tersebut menunjukkan bahwa populisme selebritis bukan tanpa batas. Popularitas sebagai modal elektoral memiliki kekuatan awal, namun keberlanjutan peran mereka dalam politik sangat ditentukan oleh kemampuan beradaptasi, belajar, dan berkontribusi secara nyata terhadap proses demokrasi.

Populisme selebritis yang hanya berbasis pada daya tarik personal dan komunikasi emosional akan mudah kehilangan legitimasi jika tidak dibarengi oleh peningkatan kapasitas politik dan komitmen terhadap tugas legislatif. Dalam hal ini, publik Indonesia semakin menunjukkan tanda-tanda kedewasaan politik, di mana selebritis tidak hanya dinilai dari ketenaran, tetapi juga dari kinerja mereka sebagai wakil rakyat. Oleh karena itu, keberhasilan populisme selebritis tidak cukup hanya

pada saat kampanye, tetapi juga sangat ditentukan oleh konsistensi dan kontribusi mereka setelah terpilih.

Implikasi bagi Demokrasi Indonesia

Fenomena populisme selebritis dalam pencalonan legislatif membawa sejumlah implikasi penting terhadap dinamika demokrasi di Indonesia, baik dari aspek representasi politik, kualitas pselebritisipasi pemilih, maupun penguatan institusi demokrasi itu sendiri. Di satu sisi, fenomena ini dapat memperkaya dinamika politik Indonesia dengan meningkatkan pselebritisipasi politik dan memperkenalkan topik-topik baru ke dalam diskursus politik. Banyak selebritis yang terjun ke politik berhasil menarik perhatian pemilih muda yang sebelumnya tidak terlalu tertarik dengan politik. Ini dapat memperluas basis pemilih dan membuat pemilu legislatif lebih inklusif.

Namun, di sisi lain, populisme selebritis juga berpotensi mereduksi kualitas demokrasi Indonesia. Keterbatasan selebritis dalam memahami kebijakan politik dan sistem legislatif dapat menyebabkan mereka tidak dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pembuatan kebijakan. Para selebritis ini seringkali lebih mengutamakan popularitas dan pencitraan pribadi daripada memberikan solusi yang nyata terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat. Jika tren ini terus berlanjut, ada risiko bahwa parlemen akan dipenuhi oleh figur-figur dengan kapabilitas rendah, yang dapat berdampak negatif terhadap kualitas pengambilan kebijakan, pengawasan terhadap eksekutif, dan pembelaan terhadap kepentingan rakyat secara substansial.

Sebagaimana dijelaskan oleh Haryanto (2020), meskipun keberadaan selebritis dalam politik dapat memperkenalkan segmen-segmen baru dalam basis pemilih, hal ini tetap menimbulkan kekhawatiran terkait dengan kualitas demokrasi Indonesia. Oleh karena itu, demokrasi Indonesia membutuhkan penguatan pendidikan politik, reformasi sistem kaderisasi partai, serta peningkatan literasi media agar masyarakat tidak hanya memilih berdasarkan popularitas, tetapi juga kompetensi dan visi kebangsaan calon legislatif.

KESIMPULAN

Fenomena populisme selebritis menciptakan dinamika politik yang unik. Selebritis yang terjun ke dunia politik cenderung mengandalkan popularitas mereka untuk menarik pemilih, sementara pemilih, khususnya yang lebih muda, memilih berdasarkan kedekatan emosional dan citra positif yang mereka rasakan terhadap selebritis tersebut. Media sosial menjadi alat utama dalam membentuk citra dan memperkenalkan

visi serta misi politik selebritis. Namun, media sosial juga berperan dalam mempercepat dan mempermudah penyebaran informasi yang terkadang tidak selalu berfokus pada substansi kebijakan. Alih-alih menyampaikan program yang jelas dan terperinci, banyak kampanye politik selebritis yang lebih menonjolkan sisi pribadi dan pencitraan diri mereka.

Salah satu dampak negatif dari fenomena ini adalah tergerusnya kualitas debat politik yang substansial. Banyak selebritis yang terjun ke dunia politik tidak memiliki latar belakang atau pengalaman yang cukup dalam bidang kebijakan publik, yang menyebabkan mereka lebih fokus pada pencitraan diri ketimbang pada penyelesaian masalah-masalah sosial yang nyata. Sebagian besar kampanye yang dilakukan lebih menonjolkan sisi hiburan dan visual daripada membahas isu-isu serius yang seharusnya menjadi fokus dalam pemilu legislatif. Hal ini mengarah pada politik berbasis media dan hiburan, yang kurang mempertimbangkan urgensi dan kedalaman kebijakan yang dapat memengaruhi masyarakat dalam jangka panjang.

Meskipun demikian, terdapat pula beberapa aspek positif dari populisme selebritis dalam politik. Salah satunya adalah meningkatnya pselebritisipasi politik, terutama di kalangan generasi muda. Selebritis-selebritis yang terlibat dalam dunia politik berhasil menarik perhatian pemilih yang sebelumnya tidak terlalu tertarik pada politik formal. Hal ini menunjukkan bahwa populisme selebritis memiliki kemampuan untuk memperkenalkan politik kepada kelompok yang lebih luas, sekaligus mengurangi apatisisme politik yang selama ini menjadi tantangan dalam sistem demokrasi Indonesia. Pemilih muda yang terlibat dalam kampanye selebritis mungkin akan lebih tertarik untuk memperdalam pengetahuan politik mereka, meskipun pada awalnya mereka didorong oleh faktor popularitas semata.

Dalam konteks ini, meskipun populisme selebritis dapat memperkaya dinamika politik Indonesia, ia juga membawa risiko yang tidak dapat diabaikan. Salah satu dampaknya adalah meningkatnya kesenjangan antara politik yang berbasis pada kebijakan yang

substansial dengan politik yang berbasis pada citra dan hiburan. Ini berpotensi memperburuk kualitas legislatif dan mengurangi efektivitas demokrasi, karena pemilih lebih banyak memilih berdasarkan popularitas calon legislatif daripada kualitas kebijakan dan kompetensi calon tersebut. Hal ini membuat politik Indonesia berisiko terjebak dalam siklus pencitraan yang mengutamakan penampilan ketimbang substansi politik.

Selain itu, populisme selebritis juga menimbulkan tantangan bagi para selebritis itu sendiri. Ketika mereka terjun ke dunia politik, mereka harus menghadapi tantangan besar untuk membuktikan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk membuat kebijakan yang bermanfaat bagi masyarakat. Banyak selebritis yang terlibat dalam politik tidak memiliki pemahaman yang cukup mengenai proses legislatif, pembuatan kebijakan, dan isu-isu sosial yang lebih kompleks. Mereka sering kali lebih terfokus pada pencitraan diri daripada pada penciptaan perubahan sosial yang signifikan. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi politik di kalangan selebritis dan masyarakat, agar politik tidak hanya dipahami sebagai urusan citra semata, tetapi juga sebagai upaya serius untuk menciptakan kebijakan yang berpihak pada kepentingan rakyat.

Salah satu implikasi dari populisme selebritis adalah pengaruhnya terhadap kualitas demokrasi Indonesia. Di satu sisi, fenomena ini dapat memperkenalkan politik kepada kalangan pemilih yang sebelumnya tidak tertarik. Dengan meningkatnya keterlibatan selebritis dalam politik, pselebritisasi politik menjadi lebih inklusif, mencakup berbagai lapisan masyarakat yang lebih luas. Namun, di sisi lain, jika populisme selebritis lebih mengutamakan aspek pencitraan pribadi daripada substansi kebijakan, maka hal ini dapat mereduksi kualitas demokrasi. Demokrasi yang sehat memerlukan politik berbasis kebijakan yang mampu memberikan solusi nyata bagi masalah sosial dan ekonomi yang dihadapi masyarakat, bukan sekadar politik hiburan yang mengedepankan aspek sensasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2021). *Selebritis dan politik: Studi pencalonan selebritis-selebritis sebagai calon legislatif oleh Partai Nasdem pada Pemilihan Legislatif 2019*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Alamsyah, F. R. (2024). *Pengaruh selebriti dalam pencalonan anggota legislatif terhadap perilaku pemilih: Studi kasus pencalonan Komeng sebagai anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia Dapil Kota Bekasi 4 tahun 2024*. Universitas Diponegoro.
- Aza Rifda Khamimiya, dkk. 2023. *Keterlibatan Selebriti Sebagai Politisi: Penguatan Partai Politik Atau Penggalangan Suara*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP), Vol 12, No 2.
- Arato, A. (2013). *Teologi Politik dan Populisme*. Social Research 80 (1): 143-172.
- Aslanidis, P. (2016). *Apakah Populisme Sebuah Ideologi) Sebuah Sanggahan dan Perspektif Baru*. Political Studies 64.1 (tambahan): 88-104.
- Bell, J. (1992). *Populisme dan elitisme: Politik di era kesetaraan*. Washington DC : Regnery Gateway.
- Haryanto, J. (2020). *Selebritas dan Politik: Analisis Peran Selebritis dalam Pemilu Indonesia*. Jurnal Politik Indonesia, 18(3), 45-62.
- Haryanto, J. (2021). *Dinamika Populisme Selebritis dalam Pemilu Legislatif Indonesia*. Jurnal Politik dan Demokrasi, 29(1), 63-79.
- Lee, S. (2015). *The Role of Social Media in Political Campaigns: Evidence from Indonesia*. Journal of Communication and Politics, 13(3), 45-67.
- Lestari, E. (2020). *Politik Pencitraan: Selebritis dan Populisme dalam Pemilu Indonesia*. Jurnal Studi Politik Indonesia, 25(1), 32-45.
- Lestari, A. (2020). *Citra Selebritis dalam Politik: Media Sosial dan Implikasinya bagi Pemilu Indonesia*. Jurnal Studi Politik, 22(1), 50-71.
- Liddle, R. W. (2019). *The Populist Impact on Indonesian Politics*. Asian Journal of Comparative Politics, 15(2), 87-101.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford University Press.
- Mulyadi, I. (2018). *The Influence of Celebrities in Political Campaigns: A Study of Indonesia's Legislative Elections*. Asian Journal of Political Science, 24(2), 133-148.
- Nugroho, Y. (2019). *Populisme Selebritis dan Kepentingan Pemilih Muda dalam Pemilu 2019*. Jurnal Politik dan Budaya, 28(3), 99-113.
- Prabowo, G. (2018). *Populisme Selebritis dan Akibatnya terhadap Politik Legislatif Indonesia*. Jurnal Politik Global, 21(3), 210-224.
- Prasetyo, A. (2016). *The Rise of Celebrities in Indonesian Politics: A Threat or Opportunity for Democracy?*. Journal of Political Studies, 19(4), 205-222.
- Putra, D. (2021). *Populisme Selebritis dan Pemilu Legislatif: Implikasi untuk Kualitas Demokrasi Indonesia*. Jurnal Politik dan Sosial,

- 13(1), 15-31.
- Putri, F. (2020). *Media Sosial dan Peran Selebritis dalam Pemilu Legislatif di Indonesia*. Jurnal Media dan Komunikasi, 14(3), 78-94
- Rahmat, F. (2017). *The Role of Celebrities in Indonesia's Electoral Politics: A Study of the 2014 and 2019 Legislative Elections*. Journal of Indonesian Politics, 31(4), 157-172.
- Sembiring, R. (2017). *Selebritis dan Politik di Indonesia: Fenomena Populisme dalam Pemilu Legislatif 2014-2019*. Jurnal Politik Asia Tenggara, 23(2), 120-138.
- Setiawan, A. (2018). *Selebritis dan Dunia Politik: Sebuah Tinjauan Sosiopolitik di Indonesia*. Jurnal Ilmu Politik, 21(1), 34-50.
- Shils, Edward. (1956). *Siksaan Kerahasiaan: Latar Belakang dan Konsekuensi Kebijakan Keamanan Amerika*. London, Inggris: Free Press
- Siregar, M. (2021). *Populisme Selebritis dalam Pencalonan Legislatif: Studi Kasus Pemilu 2019*. Jurnal Demokrasi Indonesia, 28(2), 122-137.
- Sjahrir, S. (2017). *Populisme dan Demokrasi di Indonesia: Dinamika Pemilu 2014-2019*. Jurnal Politik Asia Tenggara, 26(4), 212-229.
- Subianto, D. (2019). *Political Populism and the Role of Celebrities in Indonesia's Legislative Elections*. Southeast Asian Politics Review, 25(1), 44-60.
- Wijaya, S. (2018). *Selebritis, Populisme, dan Media Sosial dalam Kampanye Politik di Indonesia*. Jurnal Komunikasi dan Politik, 16(2), 67-84.