

ARTIS DAN PARTAI POLITIK: PARADIGMA KRITIS KONSTELASI POLITIK DI INDONESIA

Maulana Malik Ibrahim^{*}, Mohammad Maiwan², Muhammad Japar³
¹²³Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia
 e-mail: Mmi1261298@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.30742/juispol.v6i1.5115>

Received: 27 Januari 2026 Revised: 2 Februari 2026 Accepted: 16 Maret 2026

Abstrak

Meningkatnya keterlibatan artis dalam Pemilu 2024—khususnya DPR- menunjukkan pergeseran penting dalam strategi rekrutmen politik partai di Indonesia. Fenomena ini mencerminkan menguatnya politik berbasis popularitas yang cenderung menggeser fungsi kaderisasi sebagai mekanisme utama pembentukan kepemimpinan politik. Artikel ini bertujuan menganalisis relasi antara artis dan partai politik dalam kontestasi legislatif Indonesia dengan menggunakan teori modal sosial Pierre Bourdieu serta konsep popularitas politik dan *celebrity politics* dari Street, Marsh, dan Tilly. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dan fenomenologi kritis dengan menganalisis publikasi akademik nasional dan internasional serta data empiris Pemilu 2024. Hasil kajian menunjukkan bahwa popularitas artis berperan sebagai modal simbolik dan modal sosial yang dapat dikonversi secara cepat menjadi dukungan elektoral melalui jaringan penggemar, visibilitas media, dan kepercayaan publik. Namun, dominasi popularitas dalam proses rekrutmen politik juga mengungkap krisis kaderisasi dan lemahnya institusionalisasi partai politik, yang berdampak pada kualitas representasi dan praktik demokrasi. Artikel ini menegaskan bahwa fenomena artis-politisi merupakan gejala struktural dari transformasi demokrasi elektoral Indonesia yang semakin dipengaruhi oleh logika budaya populer dan media, sehingga menuntut penguatan kembali sistem kaderisasi dan mekanisme rekrutmen politik yang lebih substantif.

Kata kunci: Artis, Partai Politik, Pemilu, Modal Sosial, Popularitas Politik

Abstract

The increasing involvement of artists in the 2024—especially DPR- elections indicates a significant shift in political party recruitment strategies in Indonesia. This phenomenon reflects the strengthening of popularity-based politics, which tends to shift the function of cadre development as the main mechanism for political leadership formation. This article aims to analyze the relationship between artists and political parties in Indonesia's legislative contestation using Pierre Bourdieu's social capital theory and the concepts of political popularity and celebrity politics from Street, Marsh, and Tilly. This study uses a qualitative approach through literature review and critical phenomenology by analyzing national and international academic publications and empirical data from the 2024 elections. The results of the study show that the popularity of artists acts as symbolic capital and social capital that can be quickly converted into electoral support through fan networks, media visibility, and public trust. However, the dominance of popularity in the political recruitment process also reveals a crisis in cadre development and weak institutionalization of political parties, which has an impact on the quality of representation and democratic practices. This article emphasizes that the phenomenon of artist-politicians is a structural symptom of the transformation of Indonesia's electoral democracy, which is increasingly influenced by the logic of popular culture and the media, thus requiring the strengthening of the cadre system and more substantive political recruitment mechanisms.

Keywords: Artist; Political Parties; Elections; Social Capital; Political Popularity

1. PENDAHULUAN

Fenomena artis yang terjun ke dunia politik tidak lagi dapat dipahami sebagai anomali elektoral, melainkan sebagai bagian dari strategi politik yang terinstitusionalisasi dalam demokrasi elektoral Indonesia. Sejak era reformasi, partai politik secara gradual memanfaatkan figur publik dari industri hiburan sebagai instrumen elektoral untuk meningkatkan daya tarik politik mereka (Aspinall & Sukmajati, 2016).

Menurut Aspinall & Berenschot (2019) praktik ini semakin menguat sejak Pemilu 2009 dan mencapai intensitas tertinggi dalam Pemilu 2019 dan 2024, ketika hampir seluruh partai politik peserta pemilu mengusung artis sebagai calon legislatif di berbagai tingkatan. Dalam Pemilu 2024, keterlibatan artis tidak hanya terbatas pada pencalonan, tetapi juga berujung pada keterpilihan mereka sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

Partai-partai besar seperti PDI Perjuangan, Golkar, Gerindra, PAN, NasDem, dan PKB secara aktif merekrut artis dengan latar belakang selebritas televisi, penyanyi, hingga influencer digital. Popularitas dianggap sebagai aset elektoral yang mampu dikonversi secara cepat menjadi suara, terutama di tengah meningkatnya volatilitas pemilih dan melemahnya ikatan ideologis dengan partai (Mietzner, 2018).

Namun, di balik efektivitas elektoral tersebut, terdapat persoalan mendasar terkait fungsi partai politik sebagai institusi kaderisasi. Rekrutmen berbasis popularitas menunjukkan kecenderungan pragmatisme politik yang menggeser proses pembinaan kader jangka panjang. Ketika elektabilitas menjadi parameter utama keberhasilan partai, pengalaman organisasi, loyalitas ideologis, dan kapasitas legislasi cenderung terpinggirkan. Kondisi ini memperkuat argumen bahwa krisis kaderisasi bukan sekadar persoalan teknis, melainkan masalah struktural dalam sistem kepartaian

Indonesia (Aspinall & Sukmajati, 2016; Tomsa, 2017).

Selain itu, perkembangan media digital mempercepat transformasi politik menuju arena yang semakin personalistik dan visual. Media sosial memungkinkan artis membangun relasi langsung dengan pemilih tanpa melalui struktur partai, sehingga memperkuat politik berbasis figur (Street, 2004; Tapsell 2018; Street, 2019).

Dalam konteks ini peneliti merumuskan dua pertanyaan penelitian besar yang akan dijawab pada bab hasil dan pembahasan. Pertanyaan penelitian tersebut meliputi: (1). Bagaimana popularitas artis berfungsi sebagai modal simbolik dan modal sosial dalam strategi rekrutmen partai politik pada Pemilu 2024 di Indonesia?; (2). Apa implikasi dominasi popularitas artis dalam rekrutmen politik terhadap kaderisasi partai dan kualitas representasi demokrasi elektoral di Indonesia?

Kebaruan artikel ini terletak pada pendekatan integrative dan kritis dalam membaca fenomena artis-politisi pada Pemilu 2024. Berbeda mungkin dari studi-studi sebelumnya yang pembahasannya bersifat deskriptif dan umum, artikel ini mengoseptualisasikan popularitas artis sebagai bentuk modal simbolik dan modal sosial yang terkonversi lintas arena dari budaya populer ke arena politik elektoral.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *conceptual literature review*. Metode ini dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena keterlibatan artis dalam politik elektoral Indonesia, khususnya pada Pemilu 2024, melalui analisis kritis terhadap konsep, teori, dan argumen yang berkembang dalam literatur akademik. *Conceptual literature review* memungkinkan peneliti membangun kerangka analisis teoretis dengan menempatkan literatur bukan sekadar sebagai sumber rujukan, tetapi sebagai data utama untuk menafsirkan dinamika relasi

antara popularitas, modal politik, dan rekrutmen partai politik.

Sumber data penelitian berasal dari jurnal internasional bereputasi, jurnal nasional terakreditasi, serta buku klasik dan kontemporer dalam kajian ilmu politik, terutama yang membahas modal sosial dan simbolik Pierre Bourdieu, serta konsep *celebrity politics* dari Street, Marsh, dan Tilly. Selain itu, laporan dan dokumen resmi Pemilu 2009, 2019, dan 2024 digunakan sebagai konteks empiris untuk memperkuat pembacaan konseptual. Literatur dipilih berdasarkan relevansi teoretis, kontribusi akademik, dan keterkaitannya dengan fokus penelitian, sehingga mendukung analisis yang koheren dan sistematis.

Analisis data dilakukan melalui pembacaan tematik dan sintesis konseptual terhadap literatur yang telah diseleksi. Konsep-konsep kunci seperti popularitas politik, modal simbolik, modal sosial, dan kaderisasi partai dianalisis secara kritis untuk menjelaskan mekanisme konversi popularitas artis ke dalam dukungan elektoral serta implikasinya terhadap institusionalisasi partai politik dan kualitas demokrasi elektoral. Untuk menjaga keabsahan analisis, penelitian ini membandingkan berbagai perspektif akademik nasional dan internasional, sehingga menghasilkan pemahaman yang reflektif dan argumentatif mengenai transformasi politik elektoral Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Daftar Nama Artis-Politisi yang Terpilih dalam Pemilu 2024

No.	Nama Politisi	Asal Partai	Jumlah Suara	Daerah Pemilihan
1.	Rano AKrno	PDI-P	149.397	Banten III
2.	Once Mekel	PDI-P	60.623	DKI Jakarta II
3.	Nico Siahaan	PDI-P	56.516	Jawa Barat I
4.	Denny Cagur	PDI-P	58.043	Jawa Barat II
5.	Rieke Diah Pitaloka	PDI-P	94.201	Jawa Barat VII
6.	Nurul Arifin	Golkar	63.203	Jawa Barat I
7.	Ashraff Abu	Golkar	177.436	Jawa Tengah X
8.	Melly Goeslaw	Gerindra	75.369	Jawa Barat I
9.	Rachel Maryam	Gerindra	114.749	Jawa Barat II
10.	Mulan Jameela	Gerindra	83.526	Jawa Barat XI
11.	Ahmad Dhani	Gerindra	134.227	Jawa Timur I
12.	Moreno Soeprapto	Gerindra	112.313	Jawa Timur V
13.	Iyeth Bustami	PKB	80.750	Riau I
14.	Tommy Kurniwan	PKB	100.656	Jawa Barat V
15.	Arzeti Bilbina	PKB	62.790	Jawa Timur I
16.	Nafa Urbach	Nasdem	67.652	Jawa Tengah VI
17.	Dede Yusuf	Demokrat	210.179	Jawa Barat II
18.	Dina Lorenza Audria	Demokrat	52.983	Jawa Timur II
19.	Eko Patrio	PAN	93.673	DKI Jakarta I
20.	Uya Kuya	PAN	81.463	DKI Jakarta II
21.	Sigit Purnomo	PAN	50.222	DKI Jakarta III
22.	Desy Ratnasari	PAN	78.306	Jawa Barat IV
23.	Primus Yustisio	PAN	128.892	Jawa Barat V
24.	Verrel Bramasta	PAN	94.810	Jawa Barat VII

(Sumber: CNN, 01 Oktober 2024)

Bagian ini membahas temuan utama penelitian mengenai keterlibatan artis dalam kontestasi legislatif Pemilu 2024 serta implikasinya terhadap dinamika rekrutmen politik dan institusionalisasi partai politik di Indonesia. Untuk memperkuat analisis konseptual, pembahasan didukung oleh data empiris berupa daftar artis-politisi yang berhasil terpilih sebagai anggota legislatif pada Pemilu 2024. Data tersebut mencakup nama politisi, asal partai, jumlah suara, dan daerah pemilihan, yang merepresentasikan sebaran lintas partai dan wilayah. Kehadiran data ini tidak dimaksudkan sebagai analisis kuantitatif, melainkan sebagai konteks empiris untuk membaca pola dan kecenderungan politik elektoral yang sedang berlangsung.

Tabel artis-politisi terpilih menunjukkan bahwa figur dengan latar belakang selebritas tidak hanya dicalonkan secara simbolik, tetapi juga mampu meraih dukungan elektoral yang signifikan. Perolehan suara yang relatif tinggi di berbagai daerah pemilihan—baik di wilayah perkotaan maupun nonperkotaan—mengindikasikan bahwa popularitas personal berfungsi sebagai sumber daya politik yang efektif. Fakta bahwa artis-politisi berasal dari hampir seluruh partai besar, seperti PDI Perjuangan, Golkar, Gerindra, PAN, PKB, NasDem, dan Demokrat, memperlihatkan bahwa rekrutmen berbasis popularitas telah menjadi strategi lintas partai, bukan praktik yang bersifat kasuistik atau terbatas pada partai tertentu.

Berdasarkan temuan tersebut, pembahasan selanjutnya diarahkan untuk menjelaskan bagaimana popularitas artis bekerja sebagai modal simbolik dan modal sosial dalam arena elektoral, serta bagaimana dominasi popularitas dalam proses rekrutmen politik berkontribusi terhadap krisis kaderisasi dan erosi institusional partai politik. Dengan mengintegrasikan data empiris Pemilu 2024 dan kerangka teoretis Pierre Bourdieu serta konsep *celebrity politics* dari Street,

Marsh, dan Tilly, bagian ini berupaya menunjukkan bahwa fenomena artis-politisi bukan sekadar strategi elektoral pragmatis, melainkan cerminan perubahan struktural dalam praktik demokrasi elektoral Indonesia.

3.1. Popularitas Artis sebagai Modal Politik dalam Arena Elektoral

Popularitas artis dalam arena politik elektoral Indonesia perlu dipahami sebagai bentuk modal simbolik yang terakumulasi secara historis melalui eksposur media dan pengakuan publik. Dalam kerangka Pierre Bourdieu, modal simbolik merupakan bentuk kapital yang memperoleh daya melalui legitimasi sosial dan pengakuan kolektif (Bourdieu, 1986; 1991). Artis, sebagai aktor yang telah lama beroperasi dalam arena hiburan, membawa akumulasi pengakuan tersebut ketika memasuki arena politik. Popularitas ini tidak hadir secara spontan, melainkan merupakan hasil dari proses panjang produksi citra, makna, dan afeksi publik yang dilembagakan melalui media massa dan budaya populer (Setiawan, 2022).

Data Pemilu 2024 menunjukkan secara empiris bagaimana popularitas berfungsi sebagai modal politik yang efektif. Sejumlah artis berhasil terpilih sebagai anggota legislatif dengan perolehan suara signifikan di berbagai daerah pemilihan. Figur seperti Dede Yusuf (Demokrat) memperoleh 210.179 suara di Jawa Barat II, Ashraff Abu (Golkar) meraih 177.436 suara di Jawa Tengah X, dan Rano Karno (PDI Perjuangan) mendapatkan 149.397 suara di Banten III. Tingginya perolehan suara tersebut menunjukkan bahwa popularitas personal mampu dikonversi secara langsung menjadi dukungan elektoral lintas wilayah dan segmen pemilih. Fenomena ini memperlihatkan bahwa artis tidak lagi diposisikan sebagai pelengkap kampanye, melainkan sebagai kandidat utama yang kompetitif dalam kontestasi legislatif.

Jika dibandingkan secara historis, keterlibatan artis pada Pemilu 2009 masih

relatif terbatas dan belum sepenuhnya dipahami sebagai modal politik yang otonom (Rahmawati, 2021). Namun, sejak Pemilu 2014 dan mencapai konsolidasi pada Pemilu 2019, popularitas artis mulai diperlakukan sebagai modal simbolik yang setara—bahkan sering kali lebih bernilai—dibandingkan pengalaman kaderisasi internal partai (Hidayat, 2018; Safitri, 2019; Rizky, 2020). Pemilu 2024 menandai fase paling matang dari proses ini, ketika popularitas tidak lagi dipandang sebagai nilai tambah, melainkan sebagai prasyarat elektabilitas (Marsh & Tilly, 2010). Artis hadir sebagai kandidat yang secara simbolik telah “selesai” sebelum memasuki tahapan kampanye: nama dikenal, citra terbentuk, dan relasi emosional dengan publik telah mapan.

Menurut Bourdieu (1986), setiap arena sosial memiliki logika dan aturan mainnya sendiri, namun konversi modal dimungkinkan ketika satu arena kehilangan otonominya dan tunduk pada logika arena lain. Dalam konteks Indonesia, arena politik semakin terpenetrasi oleh logika media dan hiburan, sehingga memungkinkan modal simbolik dari arena hiburan beroperasi secara efektif dalam politik. Popularitas yang sebelumnya berfungsi sebagai legitimasi kultural kini dikonversi menjadi legitimasi politik. Hal ini tercermin dari sebaran artis-politisi lintas partai dan daerah pemilihan, mulai dari PDI Perjuangan, Golkar, Gerindra, PAN, PKB, hingga Demokrat, yang secara aktif mengandalkan figur populer sebagai kandidat legislatif.

Perbandingan antara artis dan kader partai menunjukkan ketimpangan struktural dalam akses terhadap modal simbolik. Kader partai umumnya membangun legitimasi melalui jalur organisasi, pengalaman politik, dan loyalitas ideologis, namun jangkauan simboliknya sering kali terbatas. Sebaliknya, artis memiliki daya jangkau simbolik yang luas dan lintas segmen sosial, sebagaimana tercermin dari keberhasilan figur-figur seperti Ahmad Dhani, Melly Goeslaw, Rachel Maryam,

hingga Primus Yustisio yang meraih suara tinggi di daerah dengan tingkat kompetisi politik yang ketat. Dalam praktiknya, partai politik cenderung mengabaikan akumulasi modal politik jangka panjang kader internal ketika berhadapan dengan popularitas artis yang bersifat instan, sehingga mekanisme kaderisasi kehilangan daya tawarnya (Haryanto, 2021).

Popularitas artis juga bekerja di luar kerangka ideologi politik. Artis dapat diterima oleh pemilih lintas spektrum tanpa harus menyatakan posisi ideologis yang jelas. Dalam perspektif Bourdieu, kondisi ini menandakan melemahnya otonomi arena politik, di mana diferensiasi ideologis digantikan oleh daya tarik simbolik. Politik menjadi semakin personalistik dan terlepas dari basis programatik. Narasi personal artis—kisah hidup, citra kesederhanaan, dan representasi kedekatan dengan “rakyat biasa”—dikonstruksi sebagai sumber legitimasi politik yang resonan secara emosional, namun tidak selalu berkorelasi dengan kapasitas teknokratis atau kemampuan legislasi (Aspinall & Berenschot, 2019; Haryanto, 2021).

Penelusuran lintas waktu Pemilu 2009, 2019, dan 2024 menunjukkan tren yang semakin menguat ke arah dominasi popularitas (Aspinall & Mietzner, 2014). Jika pada 2009 artis masih menjadi pengecualian, pada 2019 mereka menjadi alternatif strategis, dan pada 2024 mereka telah menjadi bagian arus utama rekrutmen politik. Dominasi modal simbolik ini membawa konsekuensi jangka panjang berupa ketergantungan partai pada figur populer tanpa investasi serius pada kaderisasi. Modal simbolik yang tidak diimbangi dengan modal kultural dan politik berisiko menghasilkan representasi yang lemah secara substantif. Demokrasi prosedural tetap berjalan, namun kualitas deliberasi dan legislasi berpotensi mengalami degradasi (Mietzner, 2015; Bourdieu, 1986).

Dengan demikian, popularitas artis dalam Pemilu 2024 tidak dapat dipahami semata-mata sebagai strategi elektoral

pragmatis, melainkan sebagai indikator perubahan struktural dalam arena politik Indonesia. Popularitas telah terinstitusionalisasi sebagai modal simbolik dominan yang menggeser fungsi normatif partai politik dan mengubah karakter representasi demokratis. Dalam perspektif Bourdieu, kondisi ini mencerminkan krisis otonomi arena politik yang semakin tunduk pada logika media dan budaya populer.

3.2. Modal Sosial Artis dan Mekanisme Konversinya dalam Politik Elektoral

Modal sosial artis dalam politik elektoral Indonesia memiliki karakteristik yang berbeda secara fundamental dibandingkan modal sosial aktor politik konvensional. Artis memasuki arena politik dengan jaringan relasi yang telah terbentuk jauh sebelum keterlibatan politik mereka dimulai. Dalam perspektif Pierre Bourdieu (1986), modal sosial dipahami sebagai sumber daya yang berasal dari kepemilikan jaringan relasi yang berkelanjutan dan terinstitusionalisasi. Artis tidak memulai dari titik nol, melainkan membawa akumulasi relasi simbolik yang telah dilegitimasi oleh publik dan media.

Menurut Fossati (2019) dan Haryanto (2021) jaringan penggemar merupakan elemen utama dari modal sosial artis. Jaringan ini bersifat luas, lintas kelas sosial, dan lintas wilayah geografis. Berbeda dengan basis massa partai yang umumnya dibangun melalui struktur organisasi formal, jaringan fans terbentuk melalui afiliasi emosional dan konsumsi budaya populer.

Dalam Pemilu 2019 dan semakin jelas pada Pemilu 2024, jaringan ini berfungsi sebagai basis mobilisasi elektoral yang relatif cepat dan efisien, terutama di wilayah perkotaan dan semi-perkotaan yang memiliki tingkat penetrasi media tinggi. Dalam konteks ini, jaringan fans dapat dipahami sebagai bentuk *pseudo-civil society* (Mietzner, 2018). Secara kasat mata, jaringan tersebut menyerupai komunitas masyarakat sipil karena mampu memobilisasi partisipasi, membangun

solidaritas, dan menciptakan rasa kebersamaan. Namun, berbeda dengan organisasi masyarakat sipil yang berorientasi pada kepentingan publik dan advokasi kebijakan, jaringan fans berpusat pada loyalitas personal terhadap figur artis. Orientasi utamanya bukan pada agenda kolektif, melainkan pada afeksi dan identifikasi simbolik (Bourdieu, 1991).

Norris (2000) menerangkan kepercayaan sosial (*social trust*) menjadi komponen krusial dalam modal sosial artis. Publik sering kali memersepsikan artis sebagai figur yang autentik, jujur, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Kepercayaan ini tidak dibangun melalui rekam jejak kebijakan atau kinerja politik, melainkan melalui representasi media dan narasi personal yang terus direproduksi.

Dalam konteks elektoral, trust semacam ini sangat efektif untuk menarik dukungan pemilih yang apatis atau skeptis terhadap politisi konvensional. Namun, kepercayaan yang tidak disertai mekanisme akuntabilitas menimbulkan persoalan demokratis. Trust terhadap artis bersifat personal dan emosional, bukan institusional. Pemilih memberikan dukungan bukan karena kesesuaian visi atau program, melainkan karena kedekatan simbolik. Situasi ini menciptakan apa yang dapat disebut sebagai *trust without accountability*, di mana legitimasi politik tidak diiringi dengan tuntutan pertanggungjawaban yang jelas (Norris, 2000; Aspinall & Sukmajati, 2016; Mietzner, 2015).

Perbandingan antara Bourdieu dan Putnam membantu memperjelas persoalan ini. Robert Putnam memandang modal sosial sebagai sumber daya kolektif yang memperkuat demokrasi melalui kepercayaan, norma, dan jaringan yang mendorong kerja sama untuk kepentingan bersama (Putnam, 1993). Dalam kerangka Putnam, modal sosial diasumsikan memiliki dampak positif terhadap kualitas demokrasi. Namun, asumsi ini problematik ketika diterapkan pada jaringan fans artis.

Berbeda dengan Putnam, Bourdieu melihat modal sosial sebagai sumber daya yang bersifat eksklusif dan dapat digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan posisi kekuasaan aktor tertentu. Modal sosial artis, dalam perspektif Bourdieu, tidak netral secara normatif. Jaringan fans lebih berfungsi sebagai instrumen kekuasaan personal daripada sebagai sarana penguatan kepentingan publik. Dengan demikian, modal sosial artis cenderung memperkuat politik personalistik, bukan demokrasi partisipatoris.

Konversi modal sosial artis ke dalam modal politik terjadi melalui mekanisme simbolik yang melibatkan partai politik sebagai mediator institusional. Partai memberikan legitimasi formal terhadap artis sebagai kandidat, sementara artis menyumbangkan jaringan sosial dan visibilitas publik. Relasi ini bersifat simbiotik tetapi asimetris. Dalam banyak kasus, partai bergantung lebih besar pada modal sosial artis dibandingkan sebaliknya, yang semakin melemahkan posisi institusional partai (Bourdieu, 1991; Putnam, 2000).

Namun, efektivitas modal sosial artis sangat bergantung pada konteks lokal. Di daerah dengan struktur sosial berbasis komunitas yang kuat, seperti wilayah pedesaan atau daerah dengan ikatan kultural yang solid, jaringan fans artis sering kali tidak cukup untuk memenangkan kontestasi. Pemilih di wilayah tersebut cenderung lebih mempertimbangkan kedekatan sosial, rekam jejak lokal, dan relasi personal yang berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa modal sosial artis tidak bersifat universal dan memiliki keterbatasan struktural. Selain itu, modal sosial artis cenderung rapuh dalam jangka panjang (Putnam, 1993; Scarrow, 2015). Ketika ekspektasi pemilih tidak terpenuhi, kepercayaan publik dapat menurun dengan cepat. Berbeda dengan modal sosial berbasis institusi atau komunitas yang relatif stabil, modal sosial artis sangat bergantung pada persepsi publik yang fluktuatif. Skandal

personal, kinerja legislatif yang lemah, atau absennya komunikasi politik dapat dengan cepat menggerus legitimasi yang telah dibangun (Scarrow, 2015).

Kerapuhan ini menunjukkan bahwa modal sosial artis lebih efektif dalam fase elektoral dibandingkan fase representasional. Artis mungkin berhasil memenangkan pemilu, tetapi menghadapi kesulitan dalam mempertahankan legitimasi politik setelah terpilih. Dalam konteks ini, modal sosial artis gagal bertransformasi menjadi modal institusional yang berkelanjutan. Demokrasi kemudian mengalami paradoks: partisipasi elektoral meningkat, tetapi kualitas representasi tidak mengalami perbaikan signifikan.

Meskipun modal sosial artis memberikan keuntungan elektoral yang nyata, kontribusinya terhadap penguatan demokrasi jangka panjang masih dipertanyakan. Modal sosial yang tidak terinstitusionalisasi berpotensi memperkuat politik berbasis figur dan melemahkan peran organisasi politik serta masyarakat sipil substantif. Dalam perspektif kritis, fenomena ini menunjukkan bahwa tidak semua bentuk modal sosial bersifat demokratis. Modal sosial artis justru dapat menjadi sumber reproduksi ketimpangan kekuasaan dan degradasi akuntabilitas politik (Wibowo, 2021; Rahmawati, 2021; Setiawan, 2022).

3.3. Popularitas Politik dan *Celebrity Politics*: Perspektif Street, Marsh, dan Tilly

Fenomena keterlibatan artis dalam Pemilu 2024 dapat dipahami sebagai manifestasi konkret dari apa yang oleh John Street disebut sebagai *celebrity politics*. Street (2004) menjelaskan bahwa *celebrity politics* muncul ketika praktik politik dijalankan melalui logika budaya populer, di mana visibilitas, citra, dan daya tarik personal menjadi sumber utama legitimasi. Dalam konteks Indonesia, artis-politisi lebih banyak berperan sebagai *celebrity politicians*, yakni figur selebritas yang

memasuki arena politik tanpa terlebih dahulu mengalami proses transformasi identitas politik yang mendalam.

Perbedaan antara *celebrity politicians* dan *politician celebrities* menjadi penting dalam membaca fenomena ini. *Politician celebrities* adalah politisi yang kemudian menjadi populer karena kiprah politiknya, sedangkan *celebrity politicians* adalah selebritas yang membawa modal popularitas ke dalam politik. Pemilu 2024 menunjukkan dominasi kategori kedua, di mana popularitas mendahului kapasitas politik. Identitas selebritas tetap menjadi basis legitimasi utama, sementara identitas sebagai politisi sering kali bersifat sekunder.

Dalam kerangka Street (2004, 2019), Marsh, dan Tilly (2010), popularitas politik bersifat performatif. Legitimasinya dibangun melalui tindakan simbolik, narasi personal, dan resonansi emosional dengan publik, bukan melalui perumusan kebijakan atau kompetensi teknokratis. Politik dipentaskan sebagai sebuah pertunjukan, di mana kandidat tampil sebagai aktor utama yang harus terus menjaga perhatian audiens. Dalam konteks ini, pemilih berfungsi sebagai penonton yang menilai politik melalui kesan dan emosi.

Politik performatif ini semakin diperkuat oleh media sosial yang berfungsi sebagai arena politik baru. Platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memungkinkan artis - politisi mempertahankan visibilitas secara kontinu tanpa bergantung pada struktur partai atau media arus utama. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang produksi makna politik. Politik direpresentasikan melalui potongan visual, narasi singkat, dan simbol-simbol keseharian yang mudah dikonsumsi (Lim, 2017; Haryanto, 2021; Wibowo, 2021).

Media sosial bagi Lim (2017) mendorong dramatisasi politik. Aktivitas kampanye, interaksi dengan konstituen, bahkan momen privat seperti kehidupan keluarga dan keseharian artis dipolitisasi

dan dikemas sebagai konten. Dramatisasi ini memperkuat ikatan emosional dengan pemilih, tetapi sekaligus menyederhanakan kompleksitas persoalan publik. Isu-isu struktural dan kebijakan jangka panjang sering kali kalah bersaing dengan konten yang bersifat personal dan sensasional.

Dalam Pemilu 2024, liputan media terhadap artis-politisi menunjukkan kecenderungan yang serupa. Media lebih tertarik pada aspek sensasional dan narasi personal dibandingkan pada program politik atau kapasitas legislasi. Kehidupan privat artis menjadi bagian dari konsumsi politik publik. Batas antara ruang privat dan ruang publik semakin kabur, sehingga politik tidak lagi dibedakan secara tegas dari hiburan (Wibowo, 2021).

Marsh dan Tilly (2010) menekankan bahwa popularitas politik bersifat temporer dan tidak stabil. Legitimasinya sangat bergantung pada persepsi publik yang fluktuatif. Artis-politisi yang gagal mempertahankan citra positif atau terlibat dalam kontroversi personal berisiko kehilangan dukungan secara cepat. Ketergantungan pada popularitas tanpa basis institusional yang kuat menciptakan ketidakpastian dalam representasi politik. Ketidakstabilan ini berdampak pada kualitas demokrasi representatif.

Politik yang bergantung pada performativitas dan citra cenderung mengabaikan proses deliberasi yang rasional dan inklusif. Diskursus kebijakan digantikan oleh narasi emosional yang sederhana. Pemilih didorong untuk merespons simbol dan citra, bukan argumen dan program. Demokrasi kemudian bergerak ke arah yang semakin dangkal secara substantif.

Degradasi deliberasi demokratis menjadi konsekuensi serius dari dominasi *celebrity politics*. Ruang publik yang seharusnya menjadi arena pertukaran gagasan berubah menjadi ruang konsumsi simbolik. Debat politik kehilangan kedalaman, dan perbedaan ideologis direduksi menjadi perbedaan gaya dan

kepribadian (Khamis & Vaughn, 2012; Safitri, 2017). Dalam kondisi ini, fungsi pendidikan politik dari pemilu melemah secara signifikan. *Celebrity politics* dipahami oleh Khamis & Vaughn (2012) juga memengaruhi orientasi strategis partai politik. Partai cenderung meniru logika industri hiburan dalam merancang kampanye, seperti penggunaan visual yang kuat, slogan yang mudah diingat, dan narasi emosional. Politik mengalami komodifikasi, di mana kandidat diperlakukan sebagai produk yang harus dijual kepada pemilih. Ideologi dan platform kebijakan menjadi elemen sekunder yang kurang menarik secara komersial.

Dalam jangka panjang, adopsi logika hiburan oleh partai politik berpotensi memperdalam krisis institusional. Ketika keberhasilan politik diukur dari popularitas dan visibilitas, partai kehilangan insentif untuk membangun kapasitas kader dan merumuskan program jangka panjang. Politik menjadi semakin personalistik dan terlepas dari basis kolektif dan institusional.

Secara politis *celebrity politics* dalam Pemilu 2024 tidak dapat dipahami semata-mata sebagai strategi komunikasi modern, melainkan sebagai transformasi mendalam dalam praktik politik Indonesia. Politik bergerak menuju model yang semakin performatif, simbolik, dan berbasis popularitas. Dalam perspektif Street, Marsh, dan Tilly, fenomena ini menandai pergeseran demokrasi dari arena deliberatif menuju arena pertunjukan, dengan konsekuensi serius bagi kualitas representasi dan keberlanjutan demokrasi (Khamis & Vaughn, 2012; Lim, 2017).

3.4. Krisis Kaderisasi Partai Politik dan Erosi Institusional

Keterlibatan masif artis dalam Pemilu 2024 menjadi indikator kuat terjadinya krisis kaderisasi yang serius dalam partai politik Indonesia. Partai gagal menjalankan fungsi dasarnya sebagai lembaga pendidikan politik, sosialisasi ideologi, dan rekrutmen kepemimpinan.

Dalam situasi ini, kader internal yang telah lama melalui proses organisasi justru tersisih oleh figur populer yang dinilai lebih menjanjikan secara elektoral (Aspinall & Berenschot, 2019). Menurut Zainal (2020) krisis kaderisasi ini tidak bersifat insidental, melainkan struktural. Sejak lama, banyak partai politik di Indonesia mengalami pelemahan institusional yang ditandai oleh absennya sistem kaderisasi berjenjang yang konsisten dan terukur. Proses rekrutmen cenderung pragmatis dan berorientasi jangka pendek, terutama menjelang pemilu, sehingga mengabaikan pembangunan kapasitas politik jangka panjang (Tomsa, 2017; Ufen, 2018).

Lemahnya institusionalisasi partai juga tercermin dari minimnya pendidikan politik internal yang sistematis. Pendidikan kader sering kali bersifat seremonial dan tidak diarahkan pada penguasaan fungsi legislasi, pengawasan, dan penganggaran. Akibatnya, partai tidak memiliki stok kader yang siap tampil sebagai kandidat kompetitif di arena elektoral. Dalam kondisi ini, artis diposisikan sebagai solusi instan atas kekosongan tersebut (Coleman, 1990).

Ketergantungan pada artis memperlihatkan transformasi partai dari institusi politik menjadi kendaraan elektoral semata. Fungsi partai sebagai komunitas ideologis dan organisasi pembelajaran politik semakin terpinggirkan. Partai lebih berperan sebagai agen distribusi tiket pencalonan daripada sebagai produsen pemimpin politik yang berkualitas (Asyari, 2015).

Dampak langsung dari praktik ini adalah munculnya ketimpangan internal yang signifikan. Kader lama yang telah berinvestasi waktu dan loyalitas merasa dipinggirkan oleh figur eksternal yang memperoleh karpet merah karena popularitasnya. Kondisi ini mengikis rasa keadilan internal dan melemahkan solidaritas organisasi (Aspinall & Mietzner, 2014; Mietzner, 2018; Zainal, 2020). Dalam jangka panjang, hal tersebut berpotensi memicu konflik dan fragmentasi

internal partai. Secara taktis, krisis kaderisasi memperkuat politik personalistik. Ketika kandidat direkrut berdasarkan daya tarik individu, loyalitas terhadap partai menjadi lemah. Figur politik tidak merasa terikat secara ideologis maupun organisatoris dengan partai. Partai kehilangan kontrol terhadap kader terpilih, sehingga hubungan representasi menjadi semakin rapuh (Mietzner, 2015).

Menurut Marsh & Tilly (2010) politik personalistik ini juga berdampak pada pola perilaku pemilih. Pemilih lebih mengaitkan representasi politik dengan individu tertentu daripada dengan platform atau ideologi partai. Akibatnya, partai gagal berfungsi sebagai mediator kepentingan publik yang terstruktur.

Demokrasi kemudian bergerak ke arah hubungan langsung antara pemilih dan figur, tanpa institusi yang kuat sebagai penyangga. Erosi institusional partai membawa konsekuensi serius terhadap kualitas legislasi. Legislator yang direkrut tanpa proses kaderisasi memadai cenderung memiliki keterbatasan dalam memahami prosedur legislasi dan dinamika politik parlemen. Fungsi legislasi, pengawasan, dan penganggaran tidak dijalankan secara optimal, karena kapasitas teknokratis dan politik yang terbatas (Zainal, 2020; Wibowo, 2021).

Dalam konteks ini, parlemen berisiko menjadi arena simbolik semata. Kehadiran legislator populer memang meningkatkan visibilitas lembaga legislatif, tetapi tidak selalu berbanding lurus dengan produktivitas dan kualitas kebijakan. Demokrasi prosedural tetap berlangsung melalui pemilu dan sidang-sidang parlemen, namun substansi demokrasi mengalami degradasi.

Dampak jangka panjang dari krisis kaderisasi juga terlihat pada lemahnya akuntabilitas politik. Legislator yang lebih bergantung pada popularitas pribadi cenderung memprioritaskan citra publik daripada kinerja kebijakan. Akuntabilitas bergeser dari mekanisme institusional menuju mekanisme opini publik yang

fluktuatif dan berbasis persepsi (Rizky 2020; Setiawan, 2022).

Risiko lain yang tidak kalah serius adalah menguatnya demokrasi elektoral yang dangkal. Pemilu tetap berlangsung secara kompetitif, tetapi kontestasi lebih menekankan aspek personal dan simbolik daripada pertarungan ide dan program. Demokrasi direduksi menjadi mekanisme seleksi figur populer, bukan proses deliberatif untuk menentukan arah kebijakan publik. Dalam kondisi demokrasi elektoral dangkal, partai kehilangan peran strategisnya sebagai penjaga kualitas demokrasi. Tanpa kaderisasi yang kuat, partai tidak mampu menghasilkan pemimpin yang memiliki visi jangka panjang dan komitmen terhadap kepentingan publik. Politik menjadi semakin reaktif dan oportunistik (Ufen, 2018).

Fenomena artis-politisi dalam Pemilu 2024 dengan demikian harus dipahami sebagai gejala dari krisis institusional yang lebih dalam. Artis bukan penyebab utama, melainkan produk dari kegagalan partai membangun sistem kaderisasi yang berkelanjutan.

Menyederhanakan masalah pada individu artis justru menutup persoalan struktural yang lebih mendasar. Tanpa reformasi serius dalam kaderisasi dan institusionalisasi partai, ketergantungan pada popularitas akan terus berlanjut. Partai akan semakin menjauh dari fungsi normatifnya sebagai pilar demokrasi (Ufen, 2018; Street, 2019; Safitri, 2019; Rizky 2020).

Dalam jangka panjang, hal ini mengancam kualitas representasi politik dan daya tahan demokrasi Indonesia. Dengan demikian, krisis kaderisasi partai politik dalam Pemilu 2024 bukan hanya persoalan internal organisasi, melainkan persoalan demokrasi secara keseluruhan. Reformasi kaderisasi menjadi prasyarat penting untuk menghentikan erosi institusional dan mencegah demokrasi Indonesia terjebak dalam pola elektoral yang dangkal dan personalistik.

4. SIMPULAN

Fenomena keterlibatan artis dalam Pemilu 2024 menegaskan terjadinya pergeseran mendasar dalam praktik rekrutmen politik dan karakter demokrasi elektoral Indonesia. Artis tidak lagi hadir sebagai anomali atau pelengkap kampanye, melainkan sebagai aktor politik yang terinstitusionalisasi dalam strategi partai. Popularitas, yang dalam kerangka Pierre Bourdieu dipahami sebagai modal simbolik, telah menjadi sumber daya politik yang dominan dan sah dalam arena elektoral. Konversi modal dari arena hiburan ke arena politik menunjukkan melemahnya otonomi arena politik, yang semakin tunduk pada logika media, budaya populer, dan visibilitas simbolik.

Analisis historis Pemilu 2009, 2019, dan 2024 memperlihatkan eskalasi peran popularitas dalam menentukan elektabilitas kandidat. Jika pada Pemilu 2009 artis masih bersifat perifer, maka pada Pemilu 2019 dan terutama 2024, popularitas telah menjadi arus utama rekrutmen calon legislatif. Kondisi ini menempatkan artis pada posisi yang sering kali lebih kompetitif dibandingkan kader partai yang telah lama berproses secara organisatoris. Akibatnya, mekanisme kaderisasi internal kehilangan relevansi di hadapan logika elektoral yang pragmatis dan berorientasi jangka pendek.

Dari perspektif modal sosial, artis membawa jaringan relasi yang luas melalui penggemar, media, dan industri hiburan yang dapat dikonversi secara cepat menjadi dukungan elektoral. Namun, modal sosial ini bersifat personalistik, emosional, dan tidak terinstitusionalisasi. Perbandingan antara pandangan Putnam dan Bourdieu menunjukkan bahwa tidak semua bentuk modal sosial berkontribusi positif terhadap demokrasi. Modal sosial artis cenderung memperkuat politik berbasis figur dan menghasilkan kepercayaan tanpa akuntabilitas yang memadai. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi melemahkan kualitas representasi dan

hubungan pertanggungjawaban antara wakil dan pemilih.

Dalam kerangka *celebrity politics* sebagaimana dikemukakan oleh Street, Marsh, dan Tilly, politik Indonesia semakin bergerak ke arah performatif dan simbolik. Media sosial dan logika industri hiburan mendorong dramatisasi politik, personalisasi kandidat, serta pengaburan batas antara ruang privat dan ruang publik. Diskursus kebijakan dan deliberasi rasional cenderung terpinggirkan oleh narasi emosional dan visual. Politik kemudian dipraktikkan sebagai pertunjukan, bukan sebagai arena pertarungan gagasan dan kepentingan publik yang substantif.

Pada akhirnya, maraknya artis-politisi dalam Pemilu 2024 harus dipahami sebagai gejala dari krisis kaderisasi dan erosi institusional partai politik. Ketergantungan pada popularitas mencerminkan kegagalan partai dalam membangun sistem kaderisasi berkelanjutan dan pendidikan politik yang efektif. Tanpa reformasi serius dalam rekrutmen, kaderisasi, dan penguatan institusi partai, demokrasi Indonesia berisiko terjebak dalam pola elektoral yang dangkal, personalistik, dan rentan terhadap degradasi kualitas legislasi. Oleh karena itu, penguatan kaderisasi dan institusionalisasi partai menjadi prasyarat utama untuk menyeimbangkan kebutuhan elektoral dengan kualitas kepemimpinan dan keberlanjutan demokrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aspinall, E., & Berenschot, W. (2019). *Democracy for Sale: Elections, Clientelism and the State in Indonesia*. Cornell University Press.
- Aspinall, E., & Mietzner, M. (2014). *Indonesian Politics in 2014: Democracy's Close Call?* *Journal of Democracy*, 25(2), 110–124.
- Aspinall, E., & Sukmajati, M. (2016). *Electoral Dynamics in Indonesia: Money Politics, Patronage, and Clientelism*. NUS Press.

- Asyari, S. (2015). Celebrity Politics di Indonesia. *Jurnal Politik Indonesia*, 3(2), 145–162.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power* (J. B. Thompson, Ed.; G. Raymond & M. Adamson, Trans.). Cambridge, UK: Polity Press.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press.
- Fossati, D. (2019). Party Institutionalization in Indonesia. *Asian Survey*, 59(4), 635–659.
- Haryanto. (2021). Politik Artis dan Pemilu di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 24(1), 34–56.
- Hidayat, S. (2018). Kaderisasi Partai Politik di Indonesia. *Jurnal Politik*, 4(2), 211–230.
- Khamis, S., & Vaughn, K. (2012). Celebrity Politics and Public Influence. *Journal of Political Marketing*, 11(1), 12–24.
- Lim, M. (2017). Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and the Rise of Tribal Nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427.
- Marsh, D., & Tilly, C. (2010). Popularity and Politics: Celebrity Politicians. *Political Studies Review*, 8(3), 231–243.
- Mietzner, M. (2015). Dysfunction by Design: Political Finance and Corruption in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 47(4), 545–562.
- Mietzner, M. (2018). Party System Instability in Indonesia. *Journal of East Asian Studies*, 18(2), 157–178.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Democracies*. Cambridge University Press.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Rahmawati, N. (2021). Popularitas Politik dalam Pemilu Indonesia. *Jurnal Pemerintahan Indonesia*, 10(1), 45–60.
- Rizky, A. (2020). Partai Politik dan Rekrutmen Kandidat di Indonesia. *Jurnal Demokrasi dan Politik Lokal*, 5(2), 201–220.
- Safitri, M. (2019). Media Sosial dan Politik Elektoral. *Jurnal Komunikasi Politik*, 7(1), 31–48.
- Scarrow, S. (2015). *Beyond Party Members: Changing Approaches to Partisan Mobilization*. Oxford University Press.
- Setiawan, B. (2022). Politik Personalistik dan Pemilu. *Jurnal Studi Pemerintahan*, 13(3), 515–538.
- Snyder, H. (2019). Literature Review as a Research Method. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Street, J. (2004). Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation. *British Journal of Politics and International Relations*, 6(4), 435–452.
- Street, J. (2019). *What is Celebrity Politics?* Polity Press.
- Tapsell, R. (2018). *Media Power in Indonesia*. Rowman & Littlefield.
- Tomsa, D. (2017). Party Politics and Democratization in Indonesia. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 36(3), 3–23.
- Ufen, A. (2018). Party Politics and Patronage in Post-Suharto Indonesia. *Journal of Southeast Asian Studies*, 49(3), 369–389.
- Wibowo, A. (2021). Politik Citra dalam Pemilu. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2), 89–102.
- Zainal, M. (2020). Dinamika Kaderisasi Partai Politik. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, 8(2), 155–169.