

Keterpilihan calon anggota legislatif dari kalangan selebriti dalam pemilu legislatif tahun 2014 (studi kasus Eko Hendro Purnomo, Krisna Mukti dan Gitalis Dwi Natarina) = Electability of Indonesian celebrities candidates on national legislative election in 2014 (case study of Eko Hendro Purnomo Krisna Mukti and Gitalis Dwi Natarina) / Joni Firmansyah

Joni Firmansyah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20466991&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya keterlibatan selebriti di dalam partai politik dan pemilu karena daya tarik mereka sebagai juru kampanye maupun sebagai kandidat. Penelitian ini bertujuan untuk mencari jawaban terkait proses rekrutmen selebriti di partai politik serta strategi mereka dalam menggunakan modal-modal mereka untuk memenangkan pemilihan umum tahun 2014. Metode pengumpulan data berasal dari beberapa studi literatur dan wawancara mendalam terhadap beberapa subjek penelitian, diantaranya selebriti politik Eko Hendro Purnomo sebagai petahana, Krisna Mukti sebagai selebriti baru yang terpilih, dan Gitalis Dwi Natarina sebagai selebriti yang tidak terpilih, serta ketua tim pemenangan dari masing-masing caleg selebriti dan Wasekjen dari PAN dan PKB. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa caleg selebriti direkrut oleh partai politik dikarenakan aspek popularitas yang mereka miliki untuk dijadikan sebagai penunjang strategi pemenangan partai serta berfungsi sebagai supporter partai. Di dalam menggunakan modal-modal yang mereka miliki, selebriti politik terpilih berhasil menggunakan modal-modal tersebut sebagai strategi pemenangan pemilu. Aspek yang paling diunggulkan ialah modal popularitas, yang ditunjang oleh modal politik, sosial dan ekonomi. Sementara selebriti yang tidak terpilih hanya memaksimalkan modal popularitasnya tanpa ditunjang oleh modal lainnya. Implikasi teoritis menunjukkan bahwa PAN dan PKB menjalankan proses rekrutmen politik dalam tiga tahap sebagaimana yang dikemukakan oleh Pippa Norris, dan model rekrutmen compartmentalization sebagaimana yang dikemukakan oleh Barbara Geddes. Di dalam menjalankan strateginya, selebriti terpilih menjalankan proses penyusunan strategi politik sesuai teori yang disampaikan oleh Peter Schroder. Sementara selebriti yang tidak terpilih di dalam penelitian ini tidak dapat menjalankan strategi politiknya karena tidak memaksimalkan sumber daya yang ia miliki. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa popularitas selebriti tidak menjamin mereka untuk dapat terpilih di dalam pemilu. Butuh dukungan dari modal-modal lainnya yang diaktualisasikan dalam aksi nyata dan program pemilu untuk memenangkan pemilihan umum.

ABSTRACT

The background of this research is the involvement of celebrities in political parties and elections because of their appeal as campaigners and candidates. This research purpose is for getting answers relating to the recruitment process of celebrities in political parties and their strategies in using their assets to win the elections in 2014. In collecting data, this research conducted several literature studies and in depth interviews on several research subjects, including political celebrity Eko Hendro Purnomo as an incumbent, Krisna Mukti as a newly elected celebrity, and Gitalis Dwi Natarina as an unelected celebrity, as well as the leader

of the winning team from each celebrity legislative candidate and party elites from PAN and PKB. The result of this study explains that celebrity candidates are recruited by political parties because their popularity aspect has been used as a supporter of party winning strategies and had a function as party supporters. In using their own assets, the selected political celebrities succeeded in using those assets as election winning strategies. The most favored aspect was the popularity asset, which was also supported by political, social and economic asset. While the unelected celebrities only focused on their popularity asset without being supported by other assets. Theoretical implications show that PAN and PKB ran the process of political recruitment in three stages as proposed by Pippa Norris, and the model of recruitment compartmentalization as proposed by Barbara Geddes. In carrying out their strategies, the selected celebrities ran the process of formulating the political strategies as the theory presented by Peter Schroder. While, the unelected celebrity legislative candidates in this study could not execute their political strategies because they did not utilize the power resources they had. This study also reveals that the popularity of celebrities can not guarantee them to be an elected legislative in the election. It needs support from other asset to become actualized in real action and election program to win the election.