

Kampanye Politik Calon Legislatif Selebriti pada Pemilu 2019: Studi Kasus Arzeti Bilbina dalam Memenangkan Kursi DPR-RI Daerah Pemilihan Jawa Timur I = Political Campaign for Celebrity Legislators in the 2019 Election: A Case Study of Arzeti Bilbina in Winning a DPR-RI Seat for the Electoral District of East Java I

Naibaho, Stevanus Cristofer Mordahai, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523033&lokasi=lokal>

Abstrak

Keterlibatan selebritis dalam perpolitikan menjadi sebuah tren baru dalam perpolitikan Indonesia. Arzeti Bilbina yang sebelumnya seorang model dan selebriti mencalonkan diri sebagai Anggota Legislatif dari PKB pada Pemilu 2019, dan berhasil memenangkan satu kursi dari Daerah Pemilihan Jawa Timur I (Surabaya dan Sidoarjo). Keberhasilan Arzeti Bilbina tersebut berkaitan dengan kampanye poliik yang dilakukan dan pemanfaatan modal sosial untuk meraih suara masyarakat. Penelitian ini menggunakan teori Kampanye Politik dan konsep modal sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Dengan metode kualitatif yang dilakukan secara induktif, maka penelitian bergerak dari data yang ada di lapangan terlebih dahulu kemudian memakai sejumlah studi literatur untuk memperkaya hasil temuan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknik emotional appeal memiliki signifikansi dibandingkan teknik lain dalam Pemilihan Legislatif 2019. Tidak hanya itu, Pemanfaatan modal sosial seperti jaringan, norma sosial dan kepercayaan (trust) yang dimiliki Arzeti Bilbina membantu dalam meraih suara yang dibutuhkan.

.....The involvement of celebrities in politics has become a new trend in Indonesian politics. Arzeti Bilbina, who was previously a model and celebrity, nominated herself as a Legislative Member from PKB in the 2019 elections, and managed to win one seat from the Electoral District of East Java I (Surabaya and Sidoarjo). The success of Arzeti Bilbina is related to the political campaigns being carried out and the use of social capital to gain people's votes. This study uses the theory of political campaigns and the concept of social capital. The research method used is qualitative. With a qualitative method that is carried out inductively, the research moves from existing data in the field first and then uses a number of literature studies to enrich the findings. The findings from this study show that the emotional appeal technique has significance compared to other techniques in the 2019 Legislative Elections. Not only that, the use of social capital such as networks, social norms and trust owned by Arzeti Bilbina helps in getting the votes needed