

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

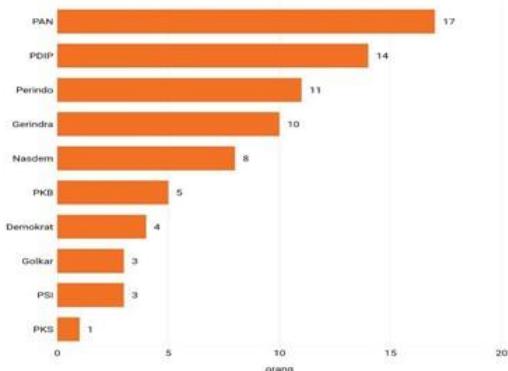
Pemilu terbuka pertama di Indonesia dilaksanakan pada tahun 2004, yang menandai perubahan signifikan dalam sistem pemilihan umum. Dalam pemilu ini, pemilih diberikan kebebasan untuk memilih calon legislatif secara langsung, bukan hanya memilih partai politik, sehingga meningkatkan partisipasi masyarakat dan transparansi dalam proses demokrasi. Pemilu ini juga mencakup pemilihan presiden secara langsung, yang menjadi langkah penting dalam memperkuat sistem demokrasi di Indonesia (Arum, 2023).

Fenomena keterlibatan artis dalam kontestasi pemilu di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan, di mana partai politik merekrut selebriti untuk menarik pemilih. Fenomena rekrutmen artis sebagai anggota legislatif di Indonesia telah terjadi sejak tahun 2019 dengan jumlah 54 kandidat artis (Prayitno & Putra, 2024).

Artis memiliki Hak dan kesempatan yang sama untuk berkontestasi dalam pemilu di Indonesia, sebagai mana pada Pasal 22E Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, dan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, yang secara tegas menjamin perlindungan hak konstitusional bagi setiap warga negara berhak untuk memilih dan dipilih tanpa diskriminasi (Khotob Tobi Almalibari et al., 2021).

Oleh karena itu, artis seperti halnya warga negara lainnya memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk maju sebagai calon anggota dewan, selama mereka memenuhi syarat yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan pemilu. Hal ini memperkuat demokrasi yang inklusif dan memberikan ruang bagi berbagai elemen masyarakat untuk berkontribusi dalam proses politik dan pengambilan kebijakan. Fenomena keterlibatan artis dalam politik semakin marak pada pemilu tahun 2024.

**Gambar 1. 1 data jumlah caleg artis pada pemilu 2024 di indonesia**



Sumber : katadata.co.id

Berdasarkan diagram di atas menunjukkan jumlah calon legislatif (caleg) artis sebanyak 76 kandidat, berdasarkan partai politik didominasi oleh Partai Amanat Nasional (PAN) dengan 17 caleg, diikuti oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) yang memiliki 14 caleg. Partai Perindo dan Gerindra menyusul dengan masing-masing 11 dan 10 caleg. Sementara itu, Partai NasDem memiliki 8 caleg, diikuti oleh Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dengan 5 caleg. Partai Demokrat tercatat memiliki 4 caleg, sedangkan Partai Golkar dan Partai Sosialis Indonesia (PSI) masing-masing memiliki 3 caleg. Terakhir, Partai Keadilan Sejahtera (PKS) hanya memiliki 1 caleg. Data ini menunjukkan tren keterlibatan para artis dalam politik, dengan PAN menjadi partai yang paling diminati oleh artis.

Dalam Pemilihan Umum (Pemilu) untuk Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) daerah pemilihan Jawa Barat 1, terdapat 18 partai politik yang berkompetisi dengan total 123 calon legislatif (caleg). Dari jumlah caleg tersebut, hanya tersedia 7 kursi yang akan diperebutkan. Menariknya, hasil pemilu menunjukkan bahwa 50% dari kursi yang tersedia, yaitu 3 kursi, berhasil dimenangkan oleh caleg yang berasal dari kalangan artis.

## Gambar 1. 2 Perolehan Suara artis yang menjadi anggota DPR RI 2024



Sumber : [cnbcindonesia.com](http://cnbcindonesia.com)

Berdasarkan data tersebut sebanyak 23 artis resmi dilantik menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) periode 2024-2029, mewakili berbagai daerah di seluruh Indonesia. Fenomena ini mencerminkan strategi partai politik dalam memanfaatkan daya tarik popularitas figur hiburan untuk memperluas basis pemilu dan meningkatkan partisipasi pemilih. Provinsi Jawa Barat menjadi yang terdepan dalam representasi ini, dengan sembilan anggota DPR dari kalangan selebritis, jauh melampaui provinsi lain.

Konsentrasi tersebut tersebar di berbagai Daerah Pemilihan (Dapil) Jawa Barat, seperti Dapil I Jawa Barat Melly Goeslaw, Nico Siahaan, dan Nurul Arifin, Dapil II Jawa Barat Denny Cagur, Dede Yusuf, dan Rachel Maryam, Dapil IV Jawa Barat Desy Ratnasari, Dapil V Jawa Barat Tommy Kurniawan dan Primus Yustisio, Dapil VII Jawa Barat Rieke Diah Pitaloka dan Verrel Bramasta serta Dapil XI Jawa Barat Mulan Jameela.

Keberhasilan artis-artis ini menggarisbawahi tren politisasi industri hiburan di Indonesia. Di Jawa Barat, khususnya Dapil 1 Jawa Barat yang meliputi Kota Bandung sebagai pusat perkotaan dengan populasi muda yang

aktif di media sosial, popularitas artis berpotensi membentuk sikap pengambilan keputusan masyarakat melalui endorsement politik dan narasi digital.

**Tabel 1. 1 Hasil Real Count Suara Artis yang menjadi DPR-RI Dapil Jawa Barat I, Pemilu 2024**

No	Nama Caleg Artis	Partai Politik	Jumlah Suara
1	Melly Goeslaw	Gerindra	75.369
2	Nurul Arifin	Golkar	63.203
3	Junico B P Siahaan	PDIP	56.516

Sumber : Goodkind.id edisi pemilu 2024

Berdasarkan Hasil Real Count Sementara Surat Suara DPR-RI Dapil Jawa Barat I, Pemilu 2024 yang diperoleh dari situs website. Melly Goeslaw dengan perolehan suara sebanyak 73.569. Melly Goeslaw adalah seorang penyanyi dan penulis lagu terkenal di Indonesia, yang telah memiliki banyak penggemar dan dikenal luas di masyarakat. Nurul Arifin dengan 63.203 suara. Nurul adalah seorang aktris yang sebelumnya juga pernah menjabat sebagai anggota DPR, sehingga memiliki pengalaman dalam dunia politik. Nico Siahaan yang mendapatkan 56.516 suara. Nico adalah seorang aktor dan presenter yang juga memiliki basis penggemar yang cukup besar (Goodkind, 2024).

Fenomena menarik datang dari Melly Goeslaw yang menggeser Muhammad Haerudin Amin, caleg PAN dua periode, di kursi DPR RI dapil Jawa Barat I menunjukkan bagaimana popularitas figur publik semakin menentukan elektabilitas caleg. Melly, artis dan musisi ternama, meraih 75.369 suara dan mengungguli Haerudin Amin yang sudah lama menjabat (Muliawati, 2024). Dukungan partai Gerindra juga memperkuat posisinya. Keberhasilan ini mencerminkan perubahan pola pemilih yang semakin terbuka pada figur baru dari kalangan selebritas, menggabungkan unsur hiburan dan politik dalam pemilu.

Keberhasilan keempat artis duduk di bangku DPR RI mencerminkan fenomena menarik dalam politik Indonesia, di mana popularitas dan pengenalan publik dapat berkontribusi besar terhadap perolehan suara. Dengan 50% dari kursi yang dimenangkan oleh artis, hal ini menunjukkan bahwa pemilih di Dapil

1 Jawa Barat cenderung memilih figur publik yang mereka kenal dan suka, meskipun latar belakang mereka bukan berasal dari dunia politik.

Fenomena ini juga dapat diartikan sebagai refleksi dari dinamika sosial dan budaya masyarakat, di mana artis sering kali memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk opini publik. Selain itu, keberadaan artis di DPR dapat membawa perspektif baru dan menarik perhatian masyarakat terhadap isu-isu yang dihadapi di tingkat legislatif. Dengan demikian, hasil pemilu ini tidak hanya menunjukkan preferensi pemilih, tetapi juga menandakan pentingnya keterlibatan figur publik dalam politik, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh partai politik dalam menarik dukungan dari pemilih (Romdoni, 2019).

Kota Bandung menjadi arena perebutan kursi caleg yang banyak diisi artis karena kota ini merupakan pusat politik dan budaya dengan pemilih yang besar dan heterogen. Sehingga kota Bandung menjadi medan strategis bagi partai politik untuk mengusung caleg yang memiliki daya tarik massa, termasuk artis. Kehadiran artis sebagai caleg di Bandung cukup dominan dan berhasil meraih suara signifikan. Dapil Jawa Barat I yang meliputi Kota Bandung dan Cimahi, terdapat banyak caleg artis dari berbagai partai yang bersaing ketat, mulai dari pemain sinetron, penyanyi, presenter, hingga personel band (Ramadhan, 2019).

Masyarakat Kota Bandung cenderung memilih caleg yang memiliki popularitas tinggi, terutama yang berasal dari kalangan artis, karena pengenalan publik yang kuat terhadap mereka melalui media. Hal ini membuat artis dianggap lebih dekat dan mudah diakses oleh pemilih (Sugiarto, 2023). Dalam konteks pemilu 2024, popularitas artis berperan signifikan, di mana banyak caleg dari kalangan selebriti berhasil meraih suara tinggi berkat pengenalan publik yang kuat. Fenomena ini menunjukkan bahwa popularitas dapat menjadi modal politik yang efektif, seperti yang dibahas dalam berbagai jurnal dan artikel, termasuk analisis framing dan rekrutmen artis sebagai caleg.

Budaya politik masyarakat Kota Bandung secara umum merupakan masyarakat yang terbuka dan aktif dalam isu politik, dengan tingkat partisipasi yang tinggi dalam pemilihan umum dan Pilkada. Berdasarkan penelitian

Hiranatasya dari 40 responden generasi Zilenial di kota Bandung, menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat aktif dalam Pemilu 2019 dan mengambil keputusan politik secara mandiri, tanpa pengaruh pihak eksternal (Hiranatasya, 2024). Masyarakat Bandung cenderung memiliki kesadaran politik yang baik, budaya politik tersebut dipengaruhi oleh dinamika sosial dan ekonomi kota, yang relatif heterogen dan multikultural.

Partisipasi politik masyarakat Kota Bandung tergolong tinggi, terutama dalam pemilihan umum (Pemilu) dan Pilkada. Laporan yang diterbitkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), menyatakan bahwa tingkat partisipasi masyarakat dalam kampanye politik di Kota Bandung mencapai 75%, menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam proses demokrasi (KPU, 2024). Tingginya partisipasi politik ini juga dipengaruhi faktor pendidikan yang relatif tinggi di Kota Bandung. Menurut penelitian Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung tingkat pendidikan yang tinggi dapat meningkatkan kontribusi pada kesadaran politik masyarakat, sehingga masyarakat lebih aktif dalam kegiatan politik dan pemilu (BPS, 2023). Masyarakat Bandung terkenal sebagai masyarakat yang kreatif dan inovatif, sehingga mereka sering menggunakan media sosial dan teknologi sebagai sarana untuk berpartisipasi dalam politik.

Kota Bandung dikenal sebagai kota kreatif yang berfungsi sebagai pusat seni, budaya, dan industri inovatif seperti mode, musik, dan seni visual (Brilyana, 2025). Lingkungan kreatif ini menumbuhkan populasi yang menghargai inovasi dan keterbukaan terhadap ide-ide baru. Akibatnya, penduduk kota mungkin lebih cenderung mendukung kandidat politik non-tradisional, seperti selebriti yang mencalonkan diri untuk jabatan legislatif. Karisma dan daya tarik modern dari kandidat selebriti sering kali sejalan dengan nilai-nilai kreatif dan progresif masyarakat Bandung.

Perilaku pemilih di Kota Bandung menunjukkan karakteristik yang unik dan dinamis, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang sosial, ekonomi, dan politik. Citra kandidat, popularitas, serta isu-isu lokal menjadi penentu utama dalam keputusan pemilih. Selain itu, keterkaitan antara faktor politik identitas dan pencitraan elite politik juga sangat mempengaruhi perilaku pemilih, seperti yang dijelaskan oleh Hemay dan Munandar (Hemay &

Munandar, 2016). Identitas sosial, etnis, dan budaya calon dapat membentuk persepsi pemilih, sementara pencitraan yang dibangun oleh elite politik berfungsi untuk menarik dukungan dari kelompok-kelompok tertentu.

Pilihan masyarakat terhadap sumber legitimasi, khususnya dalam konteks perwakilan rakyat, sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk karakteristik politik dan sosial masyarakat setempat. Di Kota Bandung terdapat fenomena sekitar 50% masyarakat memilih artis sebagai wakil DPR RI dapil 1. Artis yang sering kali memiliki pengaruh besar di media sosial dan televisi dianggap lebih dekat dengan masyarakat, sehingga mereka lebih mudah diterima sebagai representasi aspirasi rakyat. Pemuda di Bandung cenderung lebih terpengaruh oleh citra publik dan kampanye yang kreatif, yang sering kali diusung oleh para artis (Ayunda, 2024).

Relevansi artis yang beralih profesi menjadi politisi menunjukkan bagaimana popularitas mereka dapat mempengaruhi pemilih. Artis sering kali memiliki basis penggemar yang besar, yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan partisipasi pemilih. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Meike Kurniawati (2023), dijelaskan bahwa kehadiran artis dalam politik dapat menarik perhatian masyarakat dan mengubah persepsi mereka terhadap calon legislatif. Fenomena ini menciptakan peluang bagi partai politik untuk menjangkau pemilih yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda yang lebih dipengaruhi oleh tokoh masyarakat (Kurniawati, 2023).

Artis sering kali memanfaatkan popularitas dan daya tarik media mereka untuk mencalonkan diri sebagai calon legislatif, yang dapat meningkatkan partisipasi pemilu dan visibilitas partai politik. Di Bandung, fenomena ini juga terlihat dengan adanya calon artis yang berhasil meraih suara cukup besar dalam pemilu terakhir. Meskipun popularitas artis dapat menjadi modal sosial yang berharga, penting bagi masyarakat untuk mempertimbangkan kompetensi politik mereka dalam menjalankan tugas sebagai wakil rakyat. Menurut Subiran Paridamos, sistem pemilu yang liberal di Indonesia memudahkan artis untuk beralih profesi menjadi politisi, namun ini juga menimbulkan kekhawatiran tentang kualitas legislasi yang dihasilkan (Satryo, 2024).

Popularitas artis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya tarik masyarakat dalam konteks politik calon legislatif. Selebriti sering kali digunakan sebagai alat oleh partai untuk menarik pemilih, terutama di kalangan pemilih pemula. Penelitian menunjukkan bahwa dukungan selebriti dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap politik dan mempengaruhi perilaku memilih. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Raisa Faradilla (2015), dijelaskan bahwa popularitas artis dapat meningkatkan kepercayaan dan minat pemilih terhadap calon legislatif yang mereka dukung. Artis yang menjadi calon legislatif sering kali memanfaatkan popularitas mereka untuk menarik perhatian masyarakat dan meningkatkan partisipasi pemilih. Fenomena ini menunjukkan bahwa wajah-wajah familiar dari dunia hiburan dapat menciptakan ikatan emosional dengan pemilih, yang pada pasangannya dapat mempengaruhi keputusan politik (Faradilla, 2015).

Popularitas artis memiliki pengaruh signifikan dalam konteks politik, terutama ketika mereka menjadi calon legislatif. Artis dengan daya tarik media yang besar sering kali mampu menarik perhatian dan dukungan dari segmen pemilih yang luas. Hal ini disebabkan oleh pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan publik dan kemampuan mereka dalam berkomunikasi yang efektif. Menurut penelitian oleh Adi Prayitno dan Ade Tamara Putra (2024), partai politik sering menggunakan popularitas artis sebagai strategi untuk meningkatkan jumlah suara mereka dalam pemilu. Meskipun demikian, penting bagi partai politik untuk memastikan bahwa calon mereka tidak hanya dikenal karena popularitas semata, tetapi juga memiliki kompetensi dan visi yang jelas untuk melayani masyarakat (Prayitno & Putra, 2024).

Peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul penelitian "Pengaruh Popularitas Artis terhadap Sikap Pengambilan Keputusan Masyarakat di Kota Bandung dalam Memilih Calon Legislatif" karena sangat menarik dan relevan untuk beberapa alasan logis dan objektif. Popularitas artis sering kali mempengaruhi preferensi masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk politik. Di Indonesia, banyak artis yang terjun ke dunia politik dan berhasil mendapatkan dukungan signifikan dari masyarakat. Kota Bandung memberikan konteks yang spesifik dan relevan. Bandung dikenal sebagai kota

dengan tingkat partisipasi politik yang tinggi dan memiliki banyak artis terkenal yang aktif di dunia politik. Penelitian ini akan memberikan wawasan tentang sejauh mana popularitas artis mempengaruhi keputusan politik masyarakat. Penelitian dapat digunakan sebagai literatur tentang pengaruh popularitas artis dalam politik di Indonesia yang masih terbatas, serta dapat dijadikan rujukan evaluasi efektivitas strategi kampanye politik bagi partai politik dan calon legislatif.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh popularitas artis terhadap keputusan pemilihan calon legislatif di Kota Bandung?
2. Apakah terdapat perbedaan signifikan dalam sikap pemilih yang terpapar informasi positif tentang artis populer dibandingkan dengan yang tidak terpapar informasi tersebut?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh popularitas artis terhadap keputusan pemilihan calon legislatif Kota Bandung
2. Menganalisis apakah terdapat perbedaan signifikan dalam sikap pengambilan keputusan memilih calon legislatif antara pemilih yang terpapar informasi positif tentang artis populer dengan pemilih yang tidak terpapar informasi tersebut.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Kegunaan Ilmiah**

- a. Pengembangan Teori. Menambah literatur ilmiah mengenai pengaruh informasi media dan popularitas artis terhadap perilaku pemilih dalam konteks politik. Memberikan kontribusi pada teori komunikasi politik dan psikologi pemilih, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pemilih.

b. Metodologi Penelitian. Menyediakan metode dan pendekatan baru dalam mengukur pengaruh informasi media terhadap sikap dan persepsi pemilih. Memberikan data empiris yang dapat digunakan untuk penelitian lanjutan dalam bidang komunikasi politik dan sosiologi.

## 2. Kegunaan Sosial

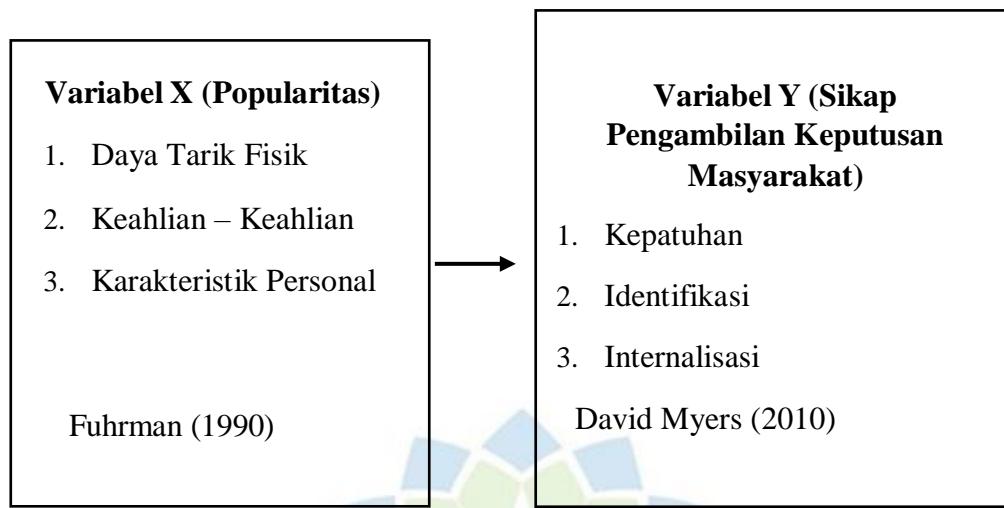
- a. Peningkatan Kesadaran Publik. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pengaruh media dan popularitas terhadap keputusan politik mereka. Mendorong masyarakat untuk lebih kritis dalam menerima informasi dan memilih calon legislatif berdasarkan kompetensi dan integritas.
- b. Rekomendasi Praktis. Memberikan informasi yang berguna bagi partai politik dan calon legislatif dalam merancang strategi kampanye yang lebih efektif dan etis. Membantu media dan lembaga survei dalam memahami dampak pemberitaan dan popularitas artis terhadap persepsi publik, sehingga dapat menyajikan informasi yang lebih objektif dan berimbang.
- c. Penguatan Demokrasi. Menyediakan data yang dapat digunakan oleh pembuat kebijakan untuk meningkatkan kualitas demokrasi dan proses pemilihan umum. Mendorong diskusi publik mengenai pentingnya kompetensi dan integritas calon legislatif dibandingkan dengan popularitas semata.

## E. Kerangka Berpikir

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2019:72), kerangka berpikir merupakan model konseptual yang menjelaskan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Kerangka berpikir ini membantu peneliti untuk menghubungkan teori dengan variabel-variabel penelitian yang relevan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara variabel tersebut. Kerangka berpikir ini juga berfungsi sebagai panduan dalam menyusun hipotesis penelitian. Dengan menggunakan kerangka berpikir, peneliti dapat mengidentifikasi hubungan-hubungan yang mungkin ada antara variabel-

variabel penelitian dan merumuskan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian (Santika, 2019).

**Tabel 1. 2 Kerangka Berpikir**



## **F. Hipotesis**

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang diajukan untuk menjelaskan fenomena atau hubungan antara variabel dalam penelitian. Hipotesis berfungsi sebagai dugaan awal yang dibuat berdasarkan teori atau pengamatan sebelumnya, yang kemudian diuji kebenarannya melalui eksperimen atau analisis data. Dalam penelitian terdapat dua jenis hipotesis, yaitu hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Hipotesis Nol ( $H_0$ ), yaitu menyatakan bahwa tidak ada hubungan atau perbedaan yang signifikan antara variabel yang diteliti. Hipotesis Alternatif ( $H_1$ ), menyatakan bahwa ada hubungan atau perbedaan yang signifikan antara variabel yang diteliti. Adapun hipotesis yang peneliti ajukan dan harus diuji kebenarannya merupakan :

1. Hipotesis Nol ( $H_0$ ) : Popularitas artis tidak mempengaruhi persepsi masyarakat Kota Bandung terhadap kompetensi calon legislatif.
2. Hipotesis Alternatif ( $H_1$ ) : Popularitas artis mempengaruhi persepsi masyarakat Kota Bandung terhadap kompetensi calon legislatif.