

# Analisis Framing Caleg Selebritis di Media Online pada Pemilu 2024

## *Analisis Framing Caleg Selebritis di Media Online pada Pemilu 2024*

Sugiarto\*

Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Indonesia

Diterima: 10 Agustus 2023; Direview: 17 Agustus 2023; Disetujui: 22 Agustus 2023

\*Corresponding Email: [sugiarto812@gmail.com](mailto:sugiarto812@gmail.com)

### Abstrak

Selebritis telah dilibatkan dalam Pemilu di Indonesia sejak tahun 1971 dan berlanjut sampai dengan tahun 2024. Meskipun pada awalnya digunakan untuk kampanye Partai Politik sebagai menarik masa. Ada kecenderungan mereka dimanfaatkan sebagai *vote getter* bagi partai politik yang berkepentingan untuk memenuhi target minimal syarat kecukupan (*threshold*). Di sisi lain, dengan berbekal kepopulerannya, artis merasa yakin akan bisa lolos terpilih sebagai anggota Legislatif. Penelitian ini menganalisis framing media *online* terhadap Caleg Selebritis Pemilu tahun 2024. Sebagai analisis digunakan model analisis framing Entman. Adapun media *online* yang digunakan pada penelitian ini adalah [Republika.co.id](http://Republika.co.id), [Kompas.id](http://Kompas.id) dan [Tribunnews.com](http://Tribunnews.com). Berdasarkan Problem Identification (Pengidentifikasi Masalah), meskipun caleg selebritis tidak mempunyai kualitas dan kapabilitas yang ideal untuk menjadi anggota legislatif, akan tetapi caleg selebritis di setiap pemilu tetap banyak jumlahnya. Causal Interpretation (Penyebab Masalah), dari fenomena ini adalah proses kaderisasi dan regenerasi di tubuh partai politik tidak berjalan dengan baik, di sisi lain partai politik membutuhkan mesin mendulang suara untuk lolos dari ambang kecukupan suara. Sehingga Moral Judgement (Keputusan/ Evaluasi Moral) dari permasalahan ini adalah partai politik lebih fokus untuk meningkatkan kinerja kadernya serta caleg selebritis dengan kualitas dan kapabilitas yang baik dapat menjadi pilihan partai politik. Adapun Treatment Recommendation (Solusi atas Masalah) yang dapat ditawarkan adalah membekali caleg selebritis dengan pendidikan politik oleh partai politik, mengingat fungsi, tugas dan posisi legislatif merupakan salah satu pilar kekuasaan bagi kemajuan suatu negara.

**Kata Kunci:** Caleg Selebritis; Framing; Pemilu 2024; Komunikasi Politik; Media online; Artis Caleg; Legislatif.

### Abstract

*Celebrities have taken part in Indonesian elections since 1971. They were employed in populist political party recruitment operations. They frequently serve as canvassers for political parties with an interest in reaching the minimal threshold. The artist is convinced that he will be able to pass being elected as a member of the legislature because of his popularity. This study examines how celebrity candidates for the 2024 election are framed in online media. The Entman framing analysis model is employed for the analysis. [Republika.co.id](http://Republika.co.id), [Kompas.id](http://Kompas.id), and [Tribunnews.com](http://Tribunnews.com) are the web publications used in this study. Based on Problem Identification, even though celebrity candidates do not have the ideal qualities and capabilities to become members of the legislature, there are still many celebrity candidates in every election. Causal Interpretation, from this phenomenon is that the process of regeneration and regeneration in all political parties is not going well, on the other hand political parties need a machine to gain votes to pass the threshold of sufficient votes. So that the Moral Judgment of this problem is that political parties are more focused on improving the performance of their members and celebrity candidates with good quality and capability can become the choice of political parties. The Treatment Recommendation that can be offered is to provide celebrity candidates with political education by political parties, bearing in mind that the functions, duties and position of the legislature are one of the strategic pillars of power for a country.*

**Keywords:** Celebrity Candidates; framing; 2024 Election; Political Communications; Online media; Candidate Artist; Legislative.

**How to Cite:** Sugiarto. (2023). Analisis Framing Caleg Selebritis di Media Online pada Pemilu 2024. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 6(1): 466-475



## Pendahuluan

Partai politik di Indonesia menawarkan kepada semua orang, termasuk selebritis, kesempatan untuk berpartisipasi aktif dalam pemilihan parlemen dan daerah. Keterlibatan selebriti memiliki motivasi elektoral untuk menaikkan variabel popularitas dan kelayakan partai dalam kampanye dan pemilihan umum. Kedua variabel ini adalah pertanyaan konstan yang muncul dalam pemilihan umum dan lokal, dan cenderung merusak aspek visi kepemimpinan, keberpihakan politik, dan manifesto ideologi kandidat dan kandidat (Lane, 2015).

Kajian mengenai keikutsertaan selebritis semakin menarik dan mengundang perhatian tersendiri, karena partisipasi selebritis cenderung meningkat jumlahnya dan dijadikan *vote getter* oleh partai politik, khususnya dalam Pemilihan Umum Legislatif. Menurut Darmawan (Darmawan, 2015) pada penelitiannya, ditemukan bahwa ada peningkatan jumlah selebritis sebagai peserta di Pemilu Legislatif, pada tahun 2004 terdaftar sebanyak 38 orang, kemudian di Pemilu 2009 meningkat menjadi 61 orang dan Pemilu 2014 sebanyak 77 orang. Sedangkan menurut data yang ada di Kumparan (Iqbal & Teresia, 2018), pada penyelenggaraan Pemilihan Umum 2019, terdapat 91 caleg selebritis yang kembali tertulis namanya pada daftar suara calon anggota DPR RI, sedangkan tahun 2024 sudah tercatat namanya sebanyak 76 orang. Adapun bagi partai politik, manfaat yang diinginkan dalam kandidasi selebritis adalah meningkatnya perolehan suara dan tercapainya batas minimal *parliamentary threshold* di atas 4%. Di sisi lain, untuk caleg selebritis, sukses dan gagalnya mereka untuk terpilih menuju ke Senayan akan dipengaruhi oleh usaha dan strategi mereka selama masa kampanye. Hasil Pemilu 2019 yang lalu dari 91 orang hanya 14 caleg selebritis yang terpilih menjadi anggota DPR. Hasil ini menjadi suatu indikator bahwa tidak ada jaminan kesuksesan bagi partai politik yang menggandeng caleg selebritis.

Pada umum, keterlibatan selebritis dalam percaturan politik di Amerika Serikat, sebagai kandidat maupun sebagai *endorser*, bertujuan untuk menarik atensi masyarakat yang kebanyakan tidak peduli pada penyelenggaraan Pemilihan Umum. Menurut pendapat Natalie Wood (Wood & Herbst, 2997) dikatakan bahwa dukungan selebritis dalam kampanye dapat menarik kandidat yang dianggap konservatif. Bertambahnya jumlah caleg selebritis di Indonesia mempunyai arti perubahan strategi caleg di partai politik dan model kemenangan elektoral. Pertama, para selebriti mempunyai kaitan teritorial dengan daerah pemilihan (Dapil) tempat mereka terdaftar sebagai caleg. Para pengurus partai harus membantu menerapkan posisi dan strategi pencitraan yang sesuai dengan dapil masing-masing. Kedua, tujuan pencalonan selebritis di daerah pemilihan adalah untuk menjaga perolehan elektoral daerah pemilihan agar tidak berkurang.

Pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana media online melakukan framing atas caleg selebritis yang maju pada Pemilu 2024? Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dari aspek teoritis dan praktis. Secara teoritis hasil penelitian ini akan berguna untuk menambah wawasan pengetahuan politik untuk dijadikan sebagai referensi penelitian lebih lanjut terkait praktik framing media online terhadap calon legeslatif dari kalangan selebritis. Selain itu penelitian ini juga memperkaya perkembangan pengetahuan komunikasi politik. Sedangkan secara praktis, peneliti berharap dapat berguna untuk masyarakat dari berbagai kalangan. Yaitu untuk politikus, dapat menjadi masukan atau rekomendasi kepada partai politik, untuk pemerintah dan masyarakat, sebagai masukan agar ke depan dalam menjalankan pemilu dengan lebih baik.

Selebriti adalah sosok yang mempunyai popularitas yang tinggi dan mampu menarik perhatian orang untuk memberikan perhatian mereka pada proses politik (Zwarun & Torrey, 2011). Caleg selebritis yang sering mendapat perhatian dari media adalah aktor atau artis dari industri film dan sinetron, musik serta model. Jumlah caleg selebritis dapat terus meningkat apabila definisi tersebut diperluas hingga mencakup semua industri hiburan. West dan Orman menyatakan ada empat jenis politisi selebritis, mereka yang memiliki keterampilan hubungan masyarakat dan promosi diri; Selebriti yang memperoleh popularitas melalui warisan dari kedua orang tuanya atau dari pasangan mantan politisi; selebriti yang tiba-tiba diliput oleh media



karena peristiwa besar; dan sosok non-politisi terkenal dari berbagai industri hiburan ( West & Orman, 2003).

Sebenarnya keterlibatan selebritis dalam dunia politik bukanlah hal yang baru. Mulai tahun 1971, di Indonesia selebritis telah dilibatkan pada ajang pesta demokrasi. Akan tetapi perannya bukan sebagai calon anggota parlemen, melainkan hanya sebatas sebagai entertainer dan sebagai magnet untuk mendatangkan masa dalam jumlah besar. Dalam reportase majalah Tempo edisi 9 April 1977, selebritis yang dimainkan oleh partai Golkar sangat banyak, mencapai 324. Tentunya bukanlah hal yang sulit untuk Partai Golkar menghimpun dan memberdayakan selebritis sebanyak itu untuk kegiatan kampanyenya. Partai Golkar memiliki jaringan yang cukup besar dan modal kapital yang melimpah.

Penelitian tentang caleg selebritis sampai saat ini banyak dilakukan oleh peneliti dari negara-negara dengan demokrasi yang maju. Misalnya kajian yang dikerjakan oleh Lara Zwarun dan Angela Torrey (Zwarun & Torrey, 2011) tentang politisi bintang-bintang Hollywood yang terlibat pada pesta demokrasi di Amerika Serikat. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa selebritis mampu menjadi tanda heuristik atau dengan kata lain sebagai simbol yang dengan mudah dikenal oleh masyarakat, khususnya oleh pemilih.

Penggunaan selebritis berkaitan dengan politik dapat dibedakan menjadi dua bagian, yakni sebagai politisi selebriti dan endorser selebriti. John Street (Street, 2004) memberikan penjelasan bahwa politisi selebriti adalah seseorang yang mempunyai latar belakang dari industri hiburan, olahraga maupun entertainmen. Lebih lanjut dikatakan, ada dua bagian yang berbeda lagi dari politisi selebriti. Pertama selebriti atau politisi yang terpilih karena mengaku mewakili suatu kelompok tertentu atau partai dengan ketenarannya. Kedua, selebritis yang memanfaatkan ketenarannya untuk mengekspresikan dirinya sebagai bagian dari opini publik. Berbeda dengan pendapat dari McCracken (Mc Cracken, 1989), seorang endorser selebriti adalah sosok yang menikmati pengakuan publik dan memanfaatkan pengakuan itu untuk kebaikan publik untuk menarik publisitas. Mereka mempunyai kebiasaan menghibur dan menunjukkan kreativitas di atas pentas. Tujuannya hanya untuk menangkap emosi publik dengan harapan mereka kemudian dapat mengambil keputusan tentang kandidat yang diajukan. Jadi pendukung selebriti hanyalah pendukung. Pada Pemilu 2019, kubu Jokowi dan Prabowo memanfaatkan dukungan sejumlah selebriti. Misalnya, Jokowi dengan kolaborasi Slanki, Anggun C. Sasmi dengan Ernest Prakasa, sedangkan Prabowo mengajak Nissa Sabya, Eko Patrio atau Primus Yustizio. Setiap partai politik menggunakan selebriti untuk berbagai tujuan kampanye, mulai dari mempromosikan partainya di berbagai media hingga menampilkan mereka di panggung dalam penyelenggaraan konser dengan agenda politik.

Framing adalah proses pemilihan atau penyorotan beberapa aspek peristiwa atau isu, yang selanjutnya membentuk suatu pola hubungan di antara aspek peristiwa atau isu tersebut dan membentuk suatu interpretasi, evaluasi, dan/atau solusi tertentu (Perloff, 2022). Framing atau pembingkai dapat mempengaruhi opini dan persepsi publik tentang suatu kasus atau kejadian. Melalui penajaman bingkai tertentu tentang suatu kasus atau kejadian, mereka mampu mengklaim bahwa opini publik yang muncul dan berkembang menyetujui atau mendukung kepentingan mereka melalui "klaim kebenaran" mereka. Realitas atau peristiwa sangat kompleks serta acak sehingga harus diidentifikasi (dinamai, dan dikaitkan dengan suatu peristiwa lain yang diketahui oleh khalayak) serta ditempatkan pada konteks sosial tertentu di mana khalayak berada (Eriyanto, 2015).

Framing adalah cara awak media meliput suatu peristiwa berdasarkan perspektif yang ingin mereka sampaikan kepada pemirsa dan atau pembaca. Dalam proses seleksi yang ditentukan oleh dewan redaksi, tidak semua fakta atau peristiwa dimuat atau ditayangkan dalam berita. Akan tetapi, ada proses memilih fakta yang secara sadar ditonjolkan, tetapi ada juga fakta yang secara sadar tidak ditonjolkan. Proses seleksi tergantung pada tujuan dan keinginan media dalam meliput dan menayangkan suatu berita.

Penelitian yang dilakukan oleh Subandi dan Ubaid (2020) mengenai caleg selebritis pada Pemilu 2019, berusaha untuk menjawab fenomena maraknya pencalonan selebritis sebagai caleg DPR RI, yang dikaitkan dengan sistem pemilu yang berorientasi pada figur. Penelitian ini



menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, khususnya dengan melacak bagaimana performa politisi selebritis selama kampanye. Data yang dipakai adalah data survey yang dilakukan oleh Laboratorium Politik dan Rekayasa Kebijakan (Lapora) di Dapil Jawa Timur I, V, dan VIII. Hasil riset menyimpulkan bahwa seiring munculnya metode penghitungan suara saint lague, tingkat keterpilihan politisi selebritis semakin lemah dalam kontestasi antar calon legislatif dan antar partai. Mesin partai dan popularitas partai justru menjadi supporting system yang menentukan keterpilihan seorang calon anggota legislatif. Selebritis yang akhirnya terpilih, tidak terlepas dari keberhasilan mereka dalam mengkonsolidasikan tim pemenang partai, merancang program-program pemasaran politik yang langsung menasar pemilih, dan pencitraan politik yang menggunakan episentrum masyarakat sebagai komunikasi parasosial.

Penelitian lainnya mengenai caleg selebritis dilakukan oleh Wicaksono dan Aziz (2020). Jumlah caleg selebritis yang terpilih mengalami penurunan pada Pemilu 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan dilakukan dengan jangka waktu bulan April 2019 sampai Mei 2019. Teknik pengumpulan data menggunakan studi literatur yaitu mencari dan memilah referensi dan data sekunder. Sedangkan analisis data menggunakan analisis penyajian data. Penelitian ini menyimpulkan bahwa: Selebritis bukan lagi pertimbangan utama pemilih dalam pemilu; Tingkat popularitas selebritis tak berimbang lurus dengan tingkat elektabilitas; Partai politik dianggap gagal dalam mengimplementasikan fungsi rekrutmen politik. Selanjutnya artikel penelitian dari Mustika dan Arifianto (2018), menyoroti model perekrutan profesi selebritis, menjadi calon anggota legislatif pada Pemilu Legislatif, 2019. Dimana titik tekannya bukan pada profesionalitas bidang ideologi politik militansinya, tetapi bertumpu pada pilihan popularitas selebritis. Data sekunder diambil dari studi pustaka, media, dan dokumen lainnya yang terkait. Pembahasan menggunakan konsep komodifikasi media (Mosco, 2009). Hasil pembahasan dan analisis menunjukkan bahwa ketika transformasi popularitas selebritis dipertukarkan dengan nilai politik tidak berjalan secara linier. Fenomena masuknya profesi selebritis ke dunia politik mengindikasikan bahwa, disamping lemahnya proses kaderisasi di setiap organisasi politik, komodifikasi nilai ketenaran selebritis ke nilai politik praktis secara teoritis telah terjadi, tetapi secara substansial tidak berdampak positif bagi masyarakat konstituen yang diwakilinya.

Keterlibatan caleg selebritis dalam kontestasi politik mempunyai daya tarik tersendiri dan telah menyita perhatian peneliti. Berbagai penelitian dengan pendekatan, teori dan konsep berbeda telah digunakan untuk menganalisis fenomena tersebut. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, karena memadukan isu caleg selebritis dengan peran media. Konsep Entman digunakan peneliti untuk melakukan analisis bagaimana media online, dalam hal ini portal berita, melakukan framing terhadap caleg selebritis pada Pemilu 2024.

## Metode Penelitian

Menurut peneliti, pendekatan yang sesuai untuk penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Mengingat dan mempertimbangkan bentuk data yang akan dianalisis serta memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan dan menggambarkan fenomena secara lengkap melalui kata-kata, tanpa bergantung pada data numerik. Penelitian kualitatif bertujuan untuk membuat pernyataan atau memperjelas makna dari suatu realitas. Dengan demikian penelitian dimulai dari realita atau kenyataan yang terjadi di lapangan (Sugiyono, 2015).

Peneliti menggunakan jenis penelitian interpretatif. Secara keseluruhan, penelitian ini berfokus pada bagaimana media mengkaji fenomena dan menyoroti opini dan fakta tentang suatu isu, yaitu pemberitaan mengenai caleg selebritis pada portal berita online Republika, Kompas dan Tribunnews. Melalui pendekatan interpretatif, peneliti dapat mengetahui fenomena dan mengeksplorasi pengalaman melalui obyek penelitian. Pendekatan interpretatif didasarkan pada usaha untuk mendapatkan penjelasan tentang suatu peristiwa atau fenomena sosial atau budaya berdasarkan perspektif dan pengalaman obyek yang diteliti. Pendekatan interpretatif diadopsi dari pendekatan yang berorientasi praktik. Jadi secara umum, pendekatan interpretatif



adalah suatu sistem sosial yang menafsirkan perilaku secara detail melalui pengamatan langsung (Neuman, 2007).

Penelitian ini menitikberatkan pada framing beberapa portal berita online, akan tetapi tidak termasuk membuat komparasi atau perbandingan dengan media lainnya, baik media baru maupun media lama. Hanya teks-teks yang disajikan oleh portal berita online saja yang diobservasi, tanpa mempertimbangkan proses pembuatan teks, cara mengkonsumsi teks oleh khalayak, dan hubungan antar teks.

Berita yang diambil dan digunakan sebagai sumber data dalam penelitian ini meliputi portal berita online [republika.co.id](http://republika.co.id) Kompas.id dan [Tribunnews.com](http://tribunnews.com). Ketiga portal berita online tersebut telah memproduksi dan memuat berita mengenai caleg selebritis dari sudut pandang yang berbeda. Isu mengenai selebritis caleg, telah mengakibatkan framing atau pembingkaihan berita atas dasar latar belakang, pengaruh dan kepentingan ketiga portal berita online tersebut. Adapun berita-berita yang telah dipilih untuk dijadikan obyek penelitian adalah:

**Tabel 1. Judul Berita tentang Caleg Selebritis**

No.	Judul berita	Edisi
1	Caleg Artis Menjamur Setiap Pemilu Meski Selalu Sedikit yang Berhasil Lolos ke Senayan. (Saubani, 2023)	Republika.co.id 22 Mei 2023
2	Caleg Artis Belum Dibarengi Kapabilitas Politik sebagai Legislator. (Salam, 2023)	Kompas.id 24 Mei 2024
3	Banyak Artis Nyaleg di Pemilu 2024, Namun Kinerjanya Masih Diragukan Warga: Harus Tahu Politik! (Munir & Baskhara, 2023)	Tribunnews.com 7 Juni 2023

Data dan informasi memegang peranan yang sangat penting pada seluruh proses penelitian. Pengumpulan data dilaksanakan di lingkungan yang berbeda, dari sumber yang berbeda, dan melalui cara yang berbeda. Pengumpulan informasi dan data untuk penelitian ini dilakukan berangkat dari kebutuhan untuk analisis dan evaluasi.

Teks berita tentang isu Caleg Selebritis atau Caleg Artis di portal berita online Republika, Kompas dan Trbunnews termasuk data primer untuk penelitian ini, yang kemudian dianalisis menggunakan tahapan-tahapan yang ada dalam model analisis Framing Robert N. Entman (Eriyanto, 2015). Sebagai tambahan, penelitian ini juga menggunakan *literature review* dengan mengkaji dan mengevaluasi buku, artikel, jurnal dan website yang berkaitan dengan obyek yang diteliti, untuk mendukung asumsi-asumsi sebagai landasan teori dari masalah yang dibahas. Data dan informasi ini dikumpulkan dan kemudian dijadikan dasar untuk merumuskan argumentasi yang menjelaskan peristiwa yang terjadi.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis framing yang diadopsi dari konsep framing Entman. Menurut Eriyanto (2015) konsep ini biasa digunakan untuk menggambarkan proses menyeleksi isu dan bagaimana media menonjolkan suatu isu sehingga tampil lebih menonjol dibanding isu lain serta mengulang-ulang informasi atau isu yang dianggap penting atau dikaitkan dengan aspek budaya yang ada dan sudah akrab di tengah masyarakat. Peneliti memilih analisis framing Robert N. Entman pada penelitian ini dengan alasan mempunyai kemampuan untuk digunakan peneliti untuk mendefinisikan isu Caleg Selebritis yang dimuat portal berita online Republika, Kompas dan Trbunnews, serta memprediksi apa penyebab dari masalah tersebut.

Selanjutnya, menggunakan pisau analisa ini untuk mengeksplorasi makna di dalam framing berita tersebut. Seperti yang telah disampaikan, penelitian ini akan menitik beratkan pada pemberitaan isu Caleg Selebritis di portal berita online Republika, Kompas dan Trbunnews dengan cara dokumentasi informasi atau data dari portal berita online tersebut. Data yang dikumpulkan pada langkah berikutnya akan dianalisis dan diuraikan ke dalam bentuk unit-unit yang lebih detail dengan menggunakan analisis framing Entman.

Konsep dasar framing Entman mengacu pada cara menyajikan definisi kemudian menjelaskannya, melakukan evaluasi serta membuat suatu rekomendasi sebuah wacana untuk menekankan keadaan pikiran tertentu atas peristiwa yang ada (Eriyanto, 2015). Framing

Entman, seperti yang selalu ditekankan dalam definisi kerangka kerjanya, terdiri dari tahapan mengidentifikasi masalah (*problem identification*), menemukan penyebab masalah (*causal interpretation*), mengaitkan dengan penilaian moral, serta merekomendasikan solusi masalah (Eriyanto, 2015).

Dalam tahap mengidentifikasi masalah, peneliti mengidentifikasi penyebab masalah. Karena wartawan yang berbeda menafsirkan suatu masalah atau peristiwa secara berbeda pula. Hal itu disebabkan oleh rencana individu yang berbeda atau setiap orang memiliki perspektifnya sendiri tentang peristiwa. Menilai penyebab masalah (interpretasi kausal) adalah langkah di mana peneliti menganalisis kejadian dan memutuskan siapa atau apa penyebabnya. Pada titik ini sangat mengejutkan bahwa ada yang dianggap sebagai pelaku dan ada yang dianggap sebagai korban. Pengambilan keputusan moral (*moral evaluation*) merupakan tahapan dimana peneliti menganalisis penilaian terhadap penyebab masalah dan akibat yang ditimbulkan dari masalah tersebut. Definisi masalah memperkuat argumen. Dengan kata lain, ada argumen lain yang mendukung gagasan yang ingin disampaikan oleh media arus utama. Langkah terakhir adalah solusi untuk masalah atau membuat rekomendasi.

Pada tahap ini, peneliti dapat mengetahui apa yang sebenarnya ditawarkan oleh penulis berita sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi, seperti halnya identifikasi masalah. Jalan keluar yang ditawarkan pada teks tersebut menjadi petunjuk sikap jurnalis atau redaksi yang dimunculkan dan dianggap dapat memecahkan masalah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Penulis melakukan analisis terhadap judul dan isi berita di tiga portal media berita online, yaitu: Republika.co.id Kompas.id dan Tribunnews.com dengan menggunakan empat tahapan konsep Entman, yaitu: *Problem Identification* (Pengidentifikasian Masalah), *Causal Interpretation* (Penyebab Masalah), *Moral Judgement* (Keputusan/Evaluasi Moral) dan *Treatment Recommendation* (Solusi atas Masalah). Tabel berikut ini disusun sebagai hasil penggunaan konsep Entman untuk menganalisis berita dari ketiga portal online tersebut.

Hasil analisis artikel pertama, Caleg Artis Menjamur Setiap Pemilu Meski Selalu Sedikit yang Berhasil Lolos ke Senayan, disajikan dalam tabel 1.

Tabel 2. Hasil Analisis 3 Artikel

Tahapan Entman	Analisis
Artikel 1: Caleg Artis Menjamur Setiap Pemilu Meski Selalu Sedikit yang Berhasil Lolos ke Senayan	
Problem Identification (Pengidentifikasian Masalah)	Terdapat banyak Artis Caleg yang mendaftar di Pemilu 2024
Causal Interpretation (Penyebab Masalah)	Banyak Artis Caleg mendaftar di setiap Pemilu
Moral Judgement (Keputusan / Evaluasi Moral)	Peluang untuk berhasil terpilih sebagai anggota Dewan Legislatif sangat kecil. Artis Caleg hanya dijadikan vote getter oleh Partainya.
Treatment Recommendation (Solusi atas Masalah)	Caleg Artis dituntut untuk meningkatkan kinerja dan kepeduliannya pada masalah-masalah yang ada di masyarakat, serta perlu adanya pendidikan politik terlebih dahulu untuk meningkatkan kompetensi.
Artikel 2: Caleg Artis Belum Dibarengi Kapabilitas Politik sebagai Legislator	
Problem Identification (Pengidentifikasian Masalah)	Caleg Artis yang belum memiliki kapabilitas sebagai Legislator.
Causal Interpretation (Penyebab Masalah)	Artis Caleg tidak memiliki kapabilitas
Moral Judgement (Keputusan / Evaluasi Moral)	Menjadi kewajiban dan tanggung jawab Partai Politik.
Treatment Recommendation (Solusi atas Masalah)	Partai Politik bertanggung jawab memberikan pendidikan politik, kaderisasi dan seleksi kepemimpinan untuk Artis Caleg supaya



kualitas dan kapabilitasnya meningkat.	
Artikel 3: Banyak Artis Nyaleg di Pemilu 2024, Namun Kinerjanya Masih Diragukan Warga: Harus Tahu Politik!	
<i>Problem Identification</i> (Pengidentifikasian Masalah)	Artis Nyaleg di Pemilu 2024 diragukan kinerjanya.
<i>Causal Interpretation</i> (Penyebab Masalah)	Artis Caleg tidak memiliki kapabilitas
<i>Moral Judgement</i> (Keputusan / Evaluasi Moral)	Kinerja Artis Caleg diragukan, Partai Politik tidak percaya diri.
<i>Treatment Recommendation</i> (Solusi atas Masalah)	Partai Politik menyiapkan pelatihan atau workshop untuk meningkatkan kapabilitas dan kapasitas Artis Caleg

## Pembahasan

### **Problem Identification (Pengidentifikasian Masalah)**

Pada tahap pengidentifikasian masalah, dari portal berita online pertama didapat bahwa seperti pemilu sebelumnya, pada pemilu 2024 ditemukan banyak artis yang kembali menjadi caleg untuk beberapa partai politik. Mereka berharap dapat terpilih menjadi anggota legislatif melalui partai yang mengusungnya. Sebagian dari mereka sudah pernah mengikuti atau mendaftar sebagai anggota legislatif pada pemilu sebelumnya. Pada pemilu kali ini mereka kembali mengadu keberuntungan melalui partai politik yang mememinangnya. Besar harapan mereka untuk dapat terpilih pada Pemilu 2024 ini.

Sedangkan berdasarkan pemberitaan portal berita online kedua, ditemukan bahwa seperti pada pemilu sebelumnya, caleg selebritis masih mengandalkan popularitas semata. Kesadaran untuk belajar dan meningkatkan kapasitas dan kapabilitas belum menjadi prioritas utama. Mereka cenderung ingin tidak menyadari bahwa untuk menjadi anggota legislatif membutuhkan kemampuan intelektual dan politik untuk menjalankan tugasnya. Yaitu mengajukan, membahas, mengubah, dan mengesahkan undang-undang.

Portal berita online ketiga, menitik beratkan pada masalah jika caleg selebritis nanti terpilih maka diragukan kemampuan dan kinerjanya. Karena caleg selebritis tidak dibekali dengan kapasitas dan kapabilitas. Mengingat tugas yang strategis dan membutuhkan kemampuan lebih dari sekedar popularitas. Keraguan ini berdasar juga pada produktifitas anggota legislatif dalam menghasilkan undang-undang.

### **Causal Interpretation (Penyebab Masalah)**

Masyarakat umum mempunyai anggapan bahwa selebriti yang mengikuti kontes politik hanya digunakan sebagai pengumpul suara pemilih. Caleg selebritis hanya berfungsi untuk meningkatkan suara suatu partai politik. Pada pelaksanaan Pemilu Legislatif 2019, strategi ini berhasil diimplementasikan oleh partai Nasdem dan juga partai-partai peserta pemilu lainnya.

Partai Nasdem yang didirikan oleh Surya Paloh, pada pemilu 2019 menjadi kesempatan kedua mengikuti kampanye pemilu. Pada kesempatan pertama keikutsertaannya dalam pemilu, tahun 2014, menurut Saptohutomo (2014) partai Nasdem berhasil meraih 6,72% suara parlemen dan berhasil duduk di Gedung DPR Senayan karena mampu melewati ambang minimal yang ditetapkan. Prestasi tersebut berhasil meningkat pada Pemilu 2019, perolehan suara naik cukup besar. Hasil ini menurut Saptohutomo (2022) telah menjadikan partai Nasdem masuk jajaran empat besar partai dengan perolehan kursi terbesar, dengan perolehan hingga 9,05%. Strategi yang diterapkan antara lain menggunakan selebritis sebagai pengumpul suara. Prestasi lain Partai Nasdem adalah menjadi partai yang berhasil mendapatkan suara yang mempunyai sebaran pemilih yang merata di Pulau Jawa.

Keberhasilan Nasdem menerapkan strategi vote getter, dengan melibatkan selebritis, tidak diikuti dengan kesuksesan caleg selebriti dari Nasdem yang masuk parlemen. Hal itu dibuktikan dari puluhan caleg selebritis Nasdem yang mengikuti kompetisi, pada akhirnya hanya satu caleg selebriti yang lolos. Sehingga terkesan Nasdem menggunakan strategi vote getter dengan

mengorbankan kepentingan probadi caleg selebritis itu sendiri. Semua kemungkinan dapat dilakukan. Tidak ada yang pasti dalam politik dan hal itu selalu berjalan dengan dinamis.

Strategi menggunakan selebritis sebagai vote getter sebenarnya merupakan strategi yang biasa dilakukan oleh partai politik. Model tersebut diterapkan untuk memposisikan selebritis sebagai mediator atau agen. Mereka yang akan menjembatani kesenjangan antara publik dan partai. Selebriti pada akhirnya hanya menjadi penarik atau pengumpul suara pemilih partai melalui popularitasnya (Jati, 2014).

Pada periode 2014-2019, DPR melalui Program Legislatif Nasional atau Prolegnas, menargetkan 189 RUU yang masuk dalam Prolegnas dapat diselesaikan dan disahkan selama periode mereka menjabat. Akan tetapi, anggota dewan hanya bisa menyelesaikan 26 undang-undang (13,7%) sampai dengan periode tersebut berakhir. Artinya 163 RUU tidak mereka selesaikan. Sementara itu, ada 220 RUU yang masuk pada periode 2020-2024 dan hanya 19 undang-undang (8,6%) yang diselesaikan sampai bulan May 2023. Dapat disimpulkan bahwa anggota dewan hanya mampu merampungkan 5 undang-undang per tahun (DPR, 2023).

Dibandingkan dengan anggota DPR sebelumnya, ini adalah tanda penurunan yang jelas. Sebagai perbandingan pada masa jabatan sebelumnya 2015-2019, anggota DPR dapat mengesahkan sedikitnya 10 undang-undang per tahun. Ini berarti produktivitas turun hingga 50 persen. Ini tentu saja harus menjadi perhatian dan pada saat yang sama menjadi kritik terhadap DPR secara keseluruhan.

Selain jumlah undang-undang yang diselesaikan dan disahkan mengalami penurunan secara kuantitas, beberapa undang-undang yang diselesaikan secara kualitas juga kurang baik. Ada beberapa yang masih menyisakan masalah. Disebutkan, ada tiga undang-undang yang memicu konflik dan perdebatan serta berkali-kali diajukan uji materil, yakni Undang Undang Pemilu, Undang Undang MPR, DPR, DPD, dan DPRD (MD3) serta Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Selain itu, beberapa pasal Undang Undang MD3 digugat pada tahun yang sama dengan disahkannya undang-undang tersebut. Selain itu, UU ITE juga dipandang bermasalah karena banyak memakan korban dan dianggap tidak membawa nilai-nilai keadilan. Penyebab turunnya produktivitas DPR antara lain karena seringnya anggota DPR tidak hadir dalam rapat panitia pembahasan RUU. Ketidakhadiran anggota ini mengganggu, menunda dan memperpanjang perdebatan. Bahkan beberapa RUU sudah masuk daftar prioritas pembahasan dalam lima tahun berturut-turut akan tetapi belum selesai dan masih bisa disahkan.

Menghadapi penurunan produktivitas anggota parlemen tersebut, partai politik yang dianggap sebagai salah satu tiang demokrasi tidak berusaha meningkatkan kualitas calon anggota parlemen dari partainya, tetapi justru mengedepankan dan mengutamakan caleg selebritis, yang seringkali tidak mempunyai kompetensi yang cukup di bidang legislasi. Parpol nampaknya masih belum siap untuk meningkatkan kualitas kadernya, sebaliknya masih berfokus pada elektabilitas semata.

### **(Keputusan / Evaluasi Moral)**

Partai politik seharusnya lebih fokus untuk meningkatkan kinerjanya dengan menyaring caleg yang memiliki kapasitas dan kabilitas yang mumpuni, bukan sekedar popularitas. Legislator yang hanya mengandalkan popularitas pada akhirnya hanya dapat menghasilkan legislator yang sangat populer tetapi tidak produktif. Akibatnya, banyak RUU yang tidak selesai pada waktunya. Fungsi legislasi yang penting seperti pengawasan, penganggaran dan legislasi, serta representasi, tidak akan berjalan dengan baik jika parpol tidak menempatkan kepentingan bangsa di atas kepentingan partainya. Sulit untuk mengharapkan selebritis dapat memberikan gebrakan untuk perubahan. Pasalnya, pemilihan artis dalam pemilihan serentak ini tidak berdasarkan faktor kapabilitasnya, melainkan hanya berdasarkan popularitasnya saja (Septianto, 2019).



Sejatinya partai politik juga tidak percaya diri ketika mengandalkan caleg selebritis untuk menjadi anggota legislatif, akan tetapi disisi lain partai politik juga tidak percaya diri jika hanya mengandalkan kader-kadernya untuk mendulang suara lebih tinggi lagi. Sehingga pilihan menggunakan caleg selebritis dikombinasikan dengan kader partai menjadi pilihan yang lebih baik.

### **Treatment Recommendation (Solusi atas Masalah)**

Kehadiran partai politik dalam struktur demokrasi menjadi sangat penting. Kehidupan demokrasi suatu negara sangat bergantung pada partai politik. Dalam demokrasi, partai politik memiliki setidaknya lima fungsi, yaitu: melakukan sosialisasi politik, mengadakan rekrutmen politik, partisipasi politik, merancang komunikasi politik, dan pengaturan dan penyelesaian konflik. Pada fungsi rekrutmen politik, partai politik mencari kader yang mempunyai kualitas, dan semakin banyak mencetak kader yang berkualitas, maka akan semakin besar peluang partai politik untuk menang (Djuyandi, 2014).

Fakta bahwa banyak caleg selebritis terlibat dalam pemilu 2019 dan 2024 serta penurunan produktifitas anggota legislatif telah menunjukkan bahwa partai politik melakukan kesalahan dalam proses rekrutmen dan pendidikan politik. Secara teoritis, partai politik akan menghasilkan kader yang berkualitas jika mereka melakukan pendidikan politik dan rekrutmen dengan baik. Namun, dengan banyaknya caleg selebritis yang kembali dalam pemilu 2024, menunjukkan bahwa partai politik memprioritaskan popularitas daripada kualitas seseorang, terutama dalam hal tugas legislatif. Boleh jadi rekrutmen caleg selebritis yang dibarengi dengan pendidikan politik, maka partai politik akan mendapatkan banyak manfaat. Sekaligus menjadi jalan tengah atau jalan keluar bagi kebutuhan partai politik untuk mengejar threshold dan menjawab keraguan masyarakat akan kapabilitas caleg selebritis.

Pembekalan berupa pendidikan politik oleh partai politik sangat penting dalam demokrasi, mengingat fungsi, tugas dan posisi legislatif merupakan salah satu pilar kekuasaan yang strategis. Sebagai perwakilan rakyat, legislatif memiliki kekuasaan, yang diberikan oleh rakyat, untuk membuat undang-undang yang menguntungkan bagi rakyat dan membantu menjaga jalannya pemerintahan (eksekutif) agar tidak terjadi tindakan yang sewenang-wenang. (Djuyandi, 2014). Karena anggota legislatif bertindak sebagai perwakilan rakyat di pemerintahan, lembaga legislatif menjadi sangat penting bagi kemajuan suatu negara.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan pemberitaan ketiga media online, didapat *Problem Identification* (Pengidentifikasi Masalah) adalah caleg selebritis dinilai tidak mempunyai kualitas dan kapabilitas yang ideal untuk menjadi anggota legislatif, akan tetapi karena caleg selebritis lebih populer di masyarakat maka jumlah caleg selebritis dari setiap pemilu tetap banyak jumlahnya. Partai politik mempunyai kepentingan untuk lolos dari ambang kecukupan yang disyaratkan. Adapun *Causal Interpretation* (Penyebab Masalah), karena proses kaderisasi dan regenerasi yang tidak berjalan dengan baik, jumlah kader partai politik yang mempunyai kemampuan menaikkan perolehan suara sangat terbatas. Sehingga pilihan menggunakan caleg selebritis sebagai mesin mendulang suara tetap dilakukan di setiap pemilu legislatif. Selain itu kesadaran caleg selebritis atas kemampuan dan kapabilitas mereka sendiri juga masih rendah. Selanjutnya *Moral Judgement* (Keputusan/Evaluasi Moral) dari permasalahan ini adalah partai politik seharusnya lebih fokus untuk meningkatkan kinerjanya dengan menyaring caleg yang memiliki kapasitas dan kabilitas yang mumpuni, bukan sekedar popularitas. Sehingga caleg selebritis yang mempunyai kualitas dan kapabilitas yang baik dapat menjadi pilihan partai politik. Adapun *Treatment Recommendation* (Solusi atas Masalah) yang dapat ditawarkan adalah membekali caleg selebritis dengan pendidikan politik oleh partai politik. Hal ini sangat penting dalam demokrasi, mengingat fungsi, tugas dan posisi legislatif merupakan salah satu pilar kekuasaan yang strategis. Sebagai perwakilan rakyat, legislatif memiliki kekuasaan, yang diberikan oleh rakyat, untuk membuat undang-undang yang menguntungkan bagi rakyat dan membantu menjaga jalannya pemerintahan (eksekutif) agar tidak terjadi tindakan yang sewenang-wenang.



(Djuyandi, 2014). Oleh karena itu anggota legislatif bertindak sebagai perwakilan rakyat di pemerintahan, maka lembaga legislatif menjadi sangat penting bagi kemajuan suatu negara.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Saubani, A. (2023, May 22). *news.republika.co.id*. Retrieved June 8, 2023, from *Republika.co.id*: <https://news.republika.co.id/berita/rv1vlc409/caleg-artis-menjamur-setiap-pemilu-meski-selalu-sedikit-yang-berhasil-lolos-ke-senayan-part1>
- West, D. M., & Orman, J. M. (2003). *Celebrity Politics*. Prentice Hall.
- Darmawan, I. (2015). Keterlibatan selebriti dalam pemilu Indonesia pasca Orde Baru. *Sosiohumaniora*, 17(3), 230-236.
- Djuyandi, Y. (2014). Efektivitas Sosialisasi Politik Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014 oleh Komisi Pemilihan Umum. *Humaniora Binus*, vol. 5, no. 2, 1202-1212.
- Eriyanto. (2015). *Analisis framing : konstruksi, ideologi, dan politik media*. Yogyakarta : LKiS.
- Iqbal, M., & Teresia, A. (2018, 12 4). *Kumparan.com/kumparannews*. Retrieved 6 10, 2023, from *Kumparan.com*: <https://kumparan.com/kumparannews/daftar-91-caleg-artis-dpr-ri-di-pileg-2019-1q3BDfE9tCR>
- Jati, W. R. (2014). Politik Selebritas Elaborasi Teoritik Terhadap Model Kampanye Baru. *Jurnal Kawistara*.
- Lane, M. (2015). INDONESIA'S 2014 LEGISLATIVE ELECTIONS The Dilemmas of "Elektabilitas" Politics. In *ISEAS Perspective . ISEAS Publishing.*, 75-84.
- Mc Cracken, G. (1989). Who Is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process. *Journal of Consumer Research*. 16. 310-21, 310-321.
- Mosco, V. (2009). The future of journalism. *Journalism*, 10(3), 350-352.
- Munir, M., & Baskhara, P. (2023, June 7). *wartakota.tribunnews.com*. Retrieved June 8, 2023, from *tribunnews.com*: <https://wartakota.tribunnews.com/2023/06/07/banyak-artis-nyaleg-di-pemilu-2024-namun-kinerjanya-masih-diragukan-warga-harus-tahu-politik?page=3>
- Neuman, W. L. (2007). *Basics of social research*. Pearson Education Inc.
- Perloff, R. M. (2022). *The dynamics of Political Communication: Media and politics in a Digital age*. Routledge.
- Program Legislasi Nasional*. (n.d.). Retrieved 6 10, 2023, from DEWAN PERWAKILAN RAKYAT INDONESIA: <https://www.dpr.go.id/>
- Salam, H. (2023, May 24). *kompas.id/baca/polhuk*. Retrieved June 8, 2023, from *kompas.id*: <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/05/24/popularitas-caleg-artis-belum-dibarengi-kapabilitas-politik-sebagai-legislator>
- Saptohutomo, A. P. (2014, May 25). *nasional.kompas.com*. Retrieved June 9, 2023, from *Kompas.com*: <https://nasional.kompas.com/read/2022/05/25/16004681/hasil-pemilu-dan-pilpres-2014?page=all>
- Saptohutomo, A. P. (2022, May 20). *nasional.kompas.com*. Retrieved June 8, 2023, from *kompas.com*: <https://nasional.kompas.com/read/2022/05/20/10460721/hasil-pemilu-dan-pilpres-2019>
- Septianto, F. (2019). The effects of political ideology and message framing on counterfeiting: The mediating role of emotions. *Journal of Business Research*, 206-214.
- Street, J. (2004). Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation,. *British Journal*.
- Wood, N., & Herbst, K. (2997). Political Star Power and Political Parties. *Political Journal of Political Marketing*, 141-158.
- Zwarun, L., & Torrey, A. (2011). Somebody versus nobody: An exploration of the role of celebrity status in an election. *The Social Science Journal*, 672-680.