

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dewan Perwakilan Daerah merupakan salah satu Lembaga tinggi negara yang lahir karena adanya reformasi politik. Pasca reformasi tahun 2004 terbentuklah Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia sebagai jawaban dari tuntutan reformasi agar daerah memiliki peranan yang lebih besar dalam proses legislasi nasional sehingga kepentingan-kepentingan daerah dapat terakomodir secara lebih adil kepada setiap daerah (Arifin & Mutiari, 2017). Pembentukan DPD RI ini dilakukan melalui perubahan ketiga Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) pada bulan November 2001. Sejak perubahan itu, maka sistem perwakilan dan parlemen di Indonesia berubah dari sistem unikameral menjadi sistem bicameral (dpd.go.id., 2022)

Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI) merupakan lembaga perwakilan yang mencerminkan prinsip perwakilan daerah dalam sistem ketatanegaraan Indonesia. DPD RI dibentuk sebagai hasil dari amandemen kedua Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) yang bertujuan untuk memperkuat demokratisasi dan memperluas partisipasi daerah dalam proses pengambilan keputusan di tingkat nasional. Berdasarkan Pasal 22D UUD 1945.

Pada masa orde baru, sebelum terbentuk DPD, daerah mempunyai perwakilan yang disebut Utusan Daerah yang ditunjuk oleh DPRD Provinsi di daerah, sedangkan utusan golongan ditunjuk oleh organisasi kemasyarakatan. DPD dipilih secara langsung oleh Masyarakat di daerah dengan 4 orang anggota

perwakilan di setiap provinsi dengan masa jabatan 5 tahun. Pemilihan anggota DPD RI dilakukan pertama kali melalui pemilihan umum pada tahun 2004 dengan jumlah 32 Provinsi dan pada tahun 2024 terhitung telah lima kali pemilihan Anggota DPD terselenggara dengan pemilu dan pada tahun ini jumlah calon tetap anggota DPD berdasarkan Keputusan KPU nomor 1563 tahun 2023 sejumlah 668 orang dari 38 provinsi. Tentunya jumlah calon tetap anggota DPD yang banyak ini akan berdampak kepada pengetahuan Masyarakat terhadap DPD beserta calon yang akan dipilihnya.

Tabel 1. 1 Jumlah Pemilihan Anggota DPD RI Selama 5 Periode

No	Tahun	Jumlah Provinsi	Jumlah Daftar Calon Terpilih	Jumlah Anggota Terpilih
1.	2004	32 Provinsi	> 1.200 calon	128 kursi
2.	2009	33 Provinsi	1.116 calon	132 kursi
3.	2014	34 Provinsi	945 calon	136 kursi
4.	2019	34 Provinsi	807 calon	136 kursi
5.	2024	38 Provinsi	668 calon	152 kursi

Sumber: data diolah peneliti

Pemilihan anggota legislatif DPD memiliki perbedaan dibandingkan dengan DPR. Pemilihan DPR baik nasional maupun provinsi, serta kabupaten/ kota, menggunakan system proporsional representasi dengan daftar terbuka, sedangkan pemilihan anggota DPD lebih mengedepankan aspek personalisasi kandidat karena menggunakan *block votes* sistem. Dimana pada pemilihan DPD setiap calon memiliki tantangan untuk memperoleh suara terbanyak yang dapat melampaui suara partai politik di daerah pemilihan tersebut, dan daerah pemilihan untuk adalah satu provinsi secara keseluruhan (Subandi & Ubaid, 2020). Maka dari itu, dalam pemilihan anggota DPD, modal budaya menjadi hal yang penting dan perlu

untuk diperhatikan bagi setiap calon anggota DPD.

Dalam pemilihan umum dan berkampanye, modal budaya serta elektabilitas menjadi suatu hal yang penting untuk saat ini dikarenakan modal budaya sangat berpengaruh dengan pertumbuhan elektabilitas atau suara dan sebaliknya. Dua hal ini selalu berkaitan karena jika memiliki modal yang tinggi belum tentu layak dipilih jika tidak memiliki kriteria elektabilitas, dan jika mempunyai elektabilitas yang tinggi tetapi tidak populer presentasi terpilihnya akan rendah juga (Pierre Bourdieu 1986).

Menjelang tahun politik pemilihan umum 2024 para tokoh sudah mempersiapkan untuk meningkatkan elektabilitas dan modal mereka, maka dari itu kita dapat melihat fenomena artis yang secara ramai - ramai terjun atau banting setir ke dalam dunia politik yang semakin masif pada pemilihan umum (pemilu) 2024. Mengapa banyak artis yang terjun ke dunia politik, beberapa beranggapan karena modal para artis di entertainment dapat berpengaruh untuk elektabilitas baik dari sudut pandang partai atau artis itu sendiri serta kehadiran artis tersebut dalam politik sangat berdampak untuk memperluas jangkauan pesan politik dan memicu diskusi yang lebih luas tentang isu – isu politik yang relevan.

Pada tahun 2004 terjadi bentuk transisi dari model kampanye yang semulanya berbentuk orasi massa di lapangan terbuka beralih melalui media televisi yang mulai berkembang pada tahun tersebut pula. Terdapat perubahan dalam membingkai kampanye sebagai komoditas politik yang serba kaku dalam komunikasinya, berubah menjadi komoditi hiburan yang mampu mengikat publik. Maka dari itu, figur kemudian menjadi sosok penting untuk dikomoditaskan dalam

kampanye politik. Opini publik menjadi sesuatu yang penting untuk dapat menaikkan elektabilitas seseorang agar lebih efektif dan efisien melalui kampanye.

Pemaknaan sosok figur dalam kampanye politik mengarahkan kepada pembentukan agensi atau intermediary yang menjembatani antara politisi dengan publik. Sosok selebriti dalam hal ini menjadi sosok yang penting dalam sebuah penokohan karena selebriti selalu *terexpose* dalam pemberitaan media massa baik cetak maupun elektronik. Baik dari segi karya-karya selebriti tersebut maupun kehidupan pribadinya. Sehingga, perhatian publik selalu terpusat kepada selebriti. Dalam hal ini, selebriti adalah sosok figur biopolitik yang menjalankan fungsi-fungsi politik secara tidak langsung, sehingga mampu menarik perhatian publik, tentunya hal ini menjadi hal yang menarik dalam politik praktis.

Dalam pemilu setiap tahunnya publik selalu melihat banyaknya selebriti yang terjun ke dalam dunia politik baik dalam Lembaga eksekutif maupun legislatif. Berbeda dengan kalangan artis yang terjun ke pemerintahan dalam lembaga eksekutif yang cenderung masih sedikit, lembaga legislatif seperti DPR dan DPD justru memiliki banyak peminat dari kalangan artis.

Pada pemilihan umum DPD RI tahun 2024 jumlah minat calon anggota senator atau DPD di Indonesia yang berasal dari kalangan artis tidak terlalu banyak, khususnya pada Provinsi Jawa Barat.

Tabel 1. 2 Perbandingan Calon Anggota DPR RI dan Calon Anggota DPD RI pada Pemilihan Umum di Jawa Barat

No.	DPR RI	Provinsi	No.	DPD RI	Provinsi
1	Melly Goeslaw	Jawa Barat I	1	Alfiansyah “Komeng”	Jawa Barat
2	Junico Siahaan	Jawa Barat I	2	Jihan Fahira	Jawa Barat
3	Marcell Siahaan	Jawa Barat I	3	Ogie	Jawa Barat
4	Taufik Hidayat Udjo	Jawa Barat I	4	Kiki Kinanti	Jawa Barat
5	Muhammad Farhan	Jawa Barat I			
6	Farhat Abbas	Jawa Barat I			
7	Giring Ganesha	Jawa Barat I			
8	Rachel Maryam	Jawa Barat II			
9	Hengki Kurniawan	Jawa Barat II			
10	Denny Cagur	Jawa Barat II			
11	Jeje Ritchie Ismail	Jawa Barat II			
12	Dede Yusuf	Jawa Barat II			
13	Derry Drajat	Jawa Barat III			
14	Desy Ratnasari	Jawa Barat IV			
15	Tommy Kurniawan	Jawa Barat V			
16	Anang Hermansyah	Jawa Barat V			
17	Ramzi	Jawa Barat V			
18	Choky Sitohang	Jawa Barat VI			
19	Badai (ex-Kerispatih)	Jawa Barat VI			
20	Vicky Prasetyo	Jawa Barat VI			
21	Rieke Diah Pitaloka	Jawa Barat VII			
22	Verrell Bramasta	Jawa Barat VII			
23	Aldi Taher	Jawa Barat VII			
24	Charly Vanhoutten (ST12)	Jawa Barat VIII			
25	Mulan Jameela	Jawa Barat XI			
26	Ali Syakieb	Jawa Barat XI			
27	Didi Riyadi	Jawa Barat XI			

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Namun berbeda halnya dengan H. Alfiansyah Bustami, S.E atau yang Masyarakat kenal dengan Komeng. Komeng justru memilih untuk mencalonkan diri sebagai anggota DPD RI secara independen. Selain komeng, sebenarnya

terdapat pula salah satu artis dari daerah pemilihan yang sama yaitu Jihan Fahira, Ogie, Kiki Kinanti, namun yang terpilih Jihan Fahira mendapatkan peringkat ketiga sehingga mendapatkan bangku di DPD RI bersama dengan Komeng. Ikut sertanya Komeng dalam pemilu menarik perhatian banyak pihak, karena seorang Komeng sebelumnya tidak pernah terlihat dalam perpolitikan Indonesia. Komeng adalah seorang komedian berbakat yang memiliki banyak penggemar, dan juga memiliki keunikan tersendiri. Tidak ada yang menyangka seorang komedian yang terkenal dengan “uhuy” ini tiba-tiba mencalonkan diri dalam DPD, salah satu lembaga negara yang jarang mendapatkan atensi publik. Komeng memulai karirnya di dunia hiburan sejak tahun 1990-an dan mampu bertahan hingga saat ini.

Komeng mendaftarkan diri pada tanggal 13 Mei 2023 dengan telah mengumpulkan sekitar 6.000 dukungan warga yang dibuktikan dengan Salinan kartu tanda penduduk (KTP) sebagai salah satu persyaratan. Tentunya pencalonan Komeng menjadi anggota DPD menarik banyak perhatian Masyarakat. Keberhasilan mendapatkan 5.3 juta pemilih di daerah Jawa Barat, Provinsi dengan jumlah DPT terbanyak di Indonesia. Ditambah lagi pencalonan pada DPD RI merupakan Lembaga negara yang masih sedikit mendapat perhatian dari Masyarakat. Tentunya hal tersebut memiliki tantangan dan strategi tersendiri apalagi 40% diantara jumlah DPT tersebut adalah pemilih pemula atau pemilih milenial (kompas.id). Perolehan suara tersebut membuat Komeng berhak melenggang ke Senayan. Komeng akan ditemani tiga kandidat peraih suara tertinggi lainnya dari Provinsi Jawa Barat, yakni:

Tabel 1. 3 Perolehan Suara Anggota Terpilih DPD RI Provinsi Jawa Barat

No	Nama Anggota Terpilih	Perolehan Suara
1.	Alfiansyah komeng	5.399.516 Suara
2.	L. Aanya Rina Casmayanti	1.976.561 Suara
3.	Jihan Fahira	1.823.907 Suara
4.	Agita Nurfianti	1.168.837 Suara

Sumber: Kompas.id, 2024

Dalam proses pencalonan Komeng pada DPD RI, tentunya banyak hal yang mempengaruhi perolehan suara Komeng dalam DPD RI, seperti strategi Komeng proses kampanye, pemanfaatan media sosial, hingga bagaimana popularitas seorang selebriti seperti komeng dapat mempengaruhi elektabilitas dan suara.

Untuk dapat mengetahui bagaimana modal budaya yang dilakukan Komeng untuk dapat mendapatkan kursi di DPD RI, penulis menelaah lebih lanjut melalui kajian kualitatif atas hasil wawancara dan pengumpulan informasi dalam bentuk penelitian skripsi ini dengan judul “Analisis modal budaya dalam keterpilihan Alfiansyah Komeng pada pemilihan umum DPD RI Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2024”.

Selain faktor struktural pemilu, fenomena keterpilihan Alfiansyah “Komeng” pada Pemilu DPD RI 2024 juga tidak lepas dari peran media sosial. Meski tidak melakukan kampanye konvensional secara masif, Komeng memiliki basis audiens digital yang besar melalui akun *Instagram* dan kanal *YouTube* pribadinya. Hingga masa pemilu, akun *Instagram* resminya (@komeng.original) memiliki hampir satu juta pengikut, sementara kanal *YouTube* “Komeng Info” diikuti lebih dari setengah juta pelanggan. Konten yang ia bagikan cenderung bernuansa humor, sederhana, dan autentik, sehingga memperkuat citranya sebagai

figur non-elitis yang dekat dengan masyarakat.

Dalam perspektif modal kultural Pierre Bourdieu, media sosial berperan penting dalam memperlihatkan dan mengkapitalisasi tiga bentuk modal budaya Komeng. Pertama, *embodied cultural capital* tampak dari gaya bicara, humor khas, serta cara berinteraksi yang “asli” dan dekat dengan rakyat. Kedua, *objectified cultural capital* hadir dalam bentuk simbol-simbol populer seperti jargon “Uhuy”, ekspresi wajah khas pada surat suara, serta konten digital yang mudah dikenali dan dibagikan warganet. Ketiga, *institutionalized cultural capital* terlihat dari pengakuan publik terhadap status Komeng sebagai seniman dan figur populer, yang kemudian mendapat legitimasi formal melalui keterpilihannya sebagai anggota DPD dengan suara terbesar secara nasional.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah penelitian ini yaitu, bagaimana modal budaya yang dimiliki Alfiansyah Komeng berperan pada kemenangan sebagai anggota DPD RI melalui media sosial di Provinsi Jawa Barat pada Pemilu 2024?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan dan menganalisis modal budaya yang dimiliki Alfiansyah Komeng dalam pencalonannya sebagai anggota DPD RI dalam Pemilu 2024.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun penulis membagi 2 (dua) jenis manfaat atau kegunaan dari penelitian ini, antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Menambah wawasan intelektual tentang modal budaya
2. Menambah wawasan intelektual tentang keterpilihan figur artis pada pemilu, khususnya pada keterpilihan DPD RI.
3. Memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan tentang sistem kampanye politik dalam pemilihan umum DPD RI.
4. Menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mempelajari lebih mendalam mengenai modal budaya yang dimiliki Alfiansyah Komeng.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Mengetahui modal yang dapat digunakan untuk calon anggota DPD dalam pemilihan umum berikutnya
2. Mengetahui modal pada pemilu yang dapat dijadikan acuan untuk pemilihan umum berikutnya.

1.5 PENELITIAN TERDAHULU

Peneliti menggunakan sumber lapangan dan menghimpun beberapa referensi penelitian terdahulu yang merupakan penelitian sejenis dengan tema modal budaya dalam pemilu 2024. Tujuan dari penghimpunan penelitian terdahulu adalah untuk menjadi pembanding bagi peneliti dalam penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang sejenis dan dapat menjadi rujukan pada penelitian penulis:

1. *Public Relations* Politik Nono Sampono Dalam Pemilihan Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia Periode 2019-2024. Disusun oleh Rimbo Bugis, Harmonis, dan Ismed Kelibay dalam Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial Vol 10 pada Juni 2024. (Bugis et al., 2024)

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk dapat menjelaskan tentang pendekatan *public relations* politik Nono Sampono seorang politisi yang tidak pernah kuliah ilmu politik ataupun komunikasi politik dapat membangun karir politiknya sebagai anggota DPD RI. Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa Nono Sampono memiliki relasi politik yang luas. Beliau memiliki relasi politik dengan para tokoh agama, tokoh Masyarakat, tokoh pemuda, dan ketua-ketua organisasi di Maluku. Relasi Politik tersebut beliau bangun dengan selalu mengajak silaturahmi para tokoh dan juga membuka ruang komunikasi untuk diskusi. Relasi Politik inilah yang membantu Nono Sampono dalam mensosialisasikan visi misinya kepada Masyarakat. Selain itu, Nono Sampono juga menggunakan berbagai media komunikasi dan publikasi seperti radio, laman *website* Nono Sampono hingga media sosial untuk menyampaikan isu-isu strategis Maluku. Terakhir adalah reputasi politik yang telah dimiliki oleh Nono Sampono selaku dua periode DPD RI.

2. Menguak Strategi Pemenangan Komedian Sebagai Calon DPD di Jawa Barat. Disusun oleh Regen Sekri Ambu dan Putri Ayu dari Universitas Kristen Indonesia dalam Jurnal Ilmiah Multidisiplin Vol.3 pada April 2024 (Ambu & Ayu, 2024).

Penelitian ini menelaah tentang strategi yang digunakan oleh seorang Komedian yang mencalonkan diri sebagai Calon DPD RI di Jawa Barat yaitu Komeng. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara, analisis konten media sosial, dan studi Pustaka. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dalam kampanyenya Komeng memanfaatkan ketenarannya dalam dunia hiburan untuk memperoleh perolehan suara dan juga meningkatkan popularitasnya dalam dunia politik. Tidak hanya memanfaatkan popularitasnya, Komeng juga menggunakan strategi berbasis media sosial, Dimana Komeng dan tim pemenangannya menggunakan berbagai *Platform* media seperti *Instagram*, *Tiktok*, dan *YouTube* secara efektif dengan membuat konten-konten untuk kampanye yang kreatif dan menghibur sesuai dengan ciri khas Komeng yang bertujuan tidak hanya meningkatkan visibilitas Komeng tetapi juga bertujuan untuk membangun hubungan kuat yang kuat dengan pemilih muda. Dalam penelitian ini juga mengatakan bahwa popularitas dan kehadiran dalam dunia hiburan menjadi modal awal dan aset berharga dalam dunia politik. Selain itu, keterlibatan antara tokoh dalam dunia hiburan dan kepemimpinan, dimana hal ini membuktikan bahwasannya kemampuan berkomunikasi dengan efektif dan mampu mempengaruhi opini public melalui dunia hiburan menjadi nilai tambah dalam membangun citra politik. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa Komeng juga tidak memiliki ambisi untuk menang, Komeng juga tidak memiliki baliho besar, Komeng juga tidak menggunggah postingan apapun dalam masa kampanye. Melalui penelitian ini juga Komeng

menyampaikan bahwa politik tidak mahal dan harus menggunakan dana besar.

Tantangan dan peluang dari strategi Komeng dalam Kampanye seperti tantangan yang dihadapi adalah transformasi citra, pengelolaan harapan public, kurangnya pengalaman politik. Peluang yaitu adalah pengaruh hiburan dalam politik, hubungan dengan tokoh-tokoh politik yang berpengalaman, kreativitas dalam pemecahan masalah. Akan tetapi, yang membedakan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah penelitian terfokus pada bagaimana modal budaya yang dimiliki oleh Komeng membantunya dalam strategi pemasaran politik untuk kampanye politik dalam mempengaruhi perolehan suara Komeng. Penelitian ini tidak terlalu mengkaji secara mendalam tentang popularitas yang dimiliki oleh Komeng. Padahal, popularitas menjadi salah satu modal awal yang penting bagi seorang tokoh dalam Politik. Apalagi pemilu 2024 menjadi pemilu pertama Komeng untuk terjun ke dunia politik.

3. Selebritis Menjadi Politisi: Studi tentang Bagaimana Selebritis Menang atau Kalah dalam Pemilu. Disusun oleh HB Habibi Subandi dan Ahmad Hasan Ubaid dari Universitas Brawijaya pada Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan Vol 5 Tahun 2020. (Subandi & Ubaid, 2020).

Penelitian ini menelaah tentang model pemasaran politik dengan memanfaatkan kandidat para caleg selebritis pada pemilu 2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan terfokus pada studi kasus para partai politik yang menggunakan selebritis

sebagai *vote getter* dalam pemilihan legislatif. Peneliti dalam penelitian ini juga menggunakan model Pemasaran Politik dalam mengkaji tentang strategi dan cara partai politik dan kandidat dalam menyampaikan produk politik kepada pemilih. Dalam model pemasaran politik terdapat model patronase politik yang dimana pencitraan politik menjadi sangat penting untuk dapat dilakukan agar produk politik semakin kuat dan diterima oleh Masyarakat. Selain itu, karena pentingnya pencitraan politik lahirkan model pemasaran politik yang disebut *political branding*. Dalam Penelitian ini ditemukan bahwasannya ternyata banyak faktor yang menentukan selebriti dalam kontestasi pemilu. Faktor pertama adalah komunikasi parasosial, faktor kedua adalah pentingnya mesin partai dan popularitas sebagai alat untuk mengejawantahkan visi misi dan gagasan tersebut sebagai *endorser* dari selebritis.

1.6 TEORI MODAL BUDAYA

Konsep modal menurut Pierre Bourdieu (1986) dalam buku *the form of capital*, diklasifikasikan menjadi lima bagian yaitu, modal budaya, modal simbolik, modal ekonomi, modal sosial, dan modal politik. Dalam konteks pemilihan umum modal budaya memiliki peran yang sangat penting. modal kultural adalah bentuk akumulasi pengetahuan, keterampilan, kebiasaan, dan cara berpikir yang diperoleh melalui proses sosialisasi jangka panjang, bukan diwariskan secara biologis. Modal kultural dapat hadir dalam tiga bentuk. Pertama, *embodied state* yaitu modal kultural yang tertanam dalam diri seseorang, berupa disposisi tubuh dan pikiran seperti gaya bicara, cara berinteraksi, hingga selera yang melekat dalam diri individu. Kedua, *objectified state* yaitu modal

kultural dalam bentuk objek budaya seperti buku, karya seni, simbol, atau media yang dapat dimiliki maupun digunakan sebagai representasi identitas. Ketiga, *institutionalized state* yaitu modal kultural yang dilembagakan melalui pengakuan resmi, misalnya ijazah, gelar akademik, atau penghargaan, yang memberikan legitimasi sosial serta nilai tambah bagi pemiliknya. Ketiga bentuk ini dapat saling melengkapi dan bahkan dikonversi menjadi modal sosial maupun ekonomi. Semakin besar akumulasi modal yang dimiliki seseorang kontestan maka kesempatan bagi calon DPD untuk mendapatkan suara dari pemilih. Dengan menggunakan modal ekonomi, modal budaya dan modal budaya, memudahkan anggota DPD untuk mendapatkan suara dari Masyarakat. (Santoso, 2020).

Modal budaya adalah suatu bentuk pemanfaatan sumber daya ataupun kepemilikan modal awal yang dimiliki oleh peserta yang akan ikut dalam kontestasi politik dalam Upaya melakukan strategi politik. Modal budaya menjadi suatu bentuk investasi yang bisa digunakan untuk bekerja sama dan juga untuk mendapatkan sumber daya baru. Modal budaya bukanlah berbicara mengenai materi yang dimiliki seseorang tetapi lebih menekankan pada potensi kelompok serta pola-pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok, dengan ruang perhatian pada modal kultural terinstitusionalisasi, modal kultural berbentuk objek, modal kultural tertanam.

ketiga bentuk modal kultural tersebut tampak jelas pada sosok Alfiansyah “Komeng” dalam keterpilihannya sebagai anggota DPD RI 2024. Embodied capital tercermin dalam gaya humor, spontanitas, dan bahasa Komeng yang

dianggap “asli” serta dekat dengan rakyat. Objectified capital terlihat dari simbol-simbol yang melekat pada dirinya, seperti jargon “Uhuy”, ekspresi wajah khas di kertas suara, serta konten yang dibagikan melalui *Instagram* dan *YouTube*. Sementara itu, institutionalized capital tampak dari pengakuan publik terhadap Komeng sebagai seniman senior, penghargaan yang pernah diterima, dan akhirnya legitimasi formal melalui perolehan suara terbesar dalam pemilu DPD RI. Hal ini menunjukkan bahwa kemenangan Komeng lebih tepat dipahami sebagai keberhasilan mengonversi modal kultural ke dalam kekuatan politik elektoral, dengan media sosial sebagai medium utama yang memperkuat daya jangkau modal tersebut.

Menurut Birnert dan Witmer (2007) konsep modal politik dapat digunakan dalam mengkaji masyarakat lokal menggunakan modal budaya untuk dapat mencapai sasaran hasil politik. Modal budaya memiliki fungsi politis yang dapat digunakan dalam sebuah demokrasi modern. Menurut de Tocqueville (1978) dalam buku tentang revolusi, demokrasi dan Masyarakat (demokrasi modern cenderung menghapus Sebagian besar bentuk kelas sosial atau status warisan yang mewadahi orang-orang dalam Masyarakat aristokratis. Tocqueville, Alexis de. (1978). *Democracy, Revolution, and Society*. University of Chicago. Untuk itu modal budaya menjadi sangat diperlukan untuk kelancaran fungsi Lembaga-lembaga public formal. Modal budaya meliputi tiga elemen penting yaitu modal budaya tertanam, modal kultural terinstitusionalisasi, dan modal kultural berbentuk objek.

1. Modal budaya tertanam

Berupa disposisi jangka panjang dalam tubuh dan pikiran individu. Bentuk ini meliputi keterampilan, pengetahuan, gaya bicara, serta selera yang diperoleh melalui proses internalisasi dalam jangka waktu panjang. Modal kultural tertanam tidak dapat diwariskan secara instan seperti harta benda, melainkan membutuhkan upaya belajar, pembiasaan, dan pengalaman hidup untuk dapat dimiliki. Karena sifatnya yang melekat pada diri, *embodied cultural capital* bersifat personal dan menjadi identitas khas individu di tengah masyarakat.

2. Modal kultural terinstitusionalisasi

Modal kultural yang memperoleh legitimasi formal melalui institusi resmi. Bentuk ini tampak pada ijazah, gelar akademik, sertifikat, maupun penghargaan yang diakui secara sosial. Modal kultural terinstitusionalisasi memberikan nilai tambah bagi pemiliknya karena menjadi bukti otoritatif yang dapat dikonversi menjadi modal ekonomi maupun sosial. Dengan adanya pengakuan resmi ini, seseorang tidak hanya memiliki pengetahuan atau keterampilan, tetapi juga legitimasi yang dilembagakan untuk memperkuat kedudukan sosial maupun politiknya.

3. Modal kultural berbentuk objek

Bentuk ini diwujudkan melalui barang-barang atau karya budaya yang dapat dimiliki secara material, seperti buku, karya seni, alat musik, atau simbol tertentu. Meskipun bisa diwariskan dalam bentuk kepemilikan, pemanfaatan dan apresiasi terhadap modal kultural berbentuk objek tetap membutuhkan modal tertanam pada diri pemiliknya. Dengan demikian, *objectified cultural capital* berfungsi sebagai

representasi budaya yang dapat dilihat, digunakan, dan bahkan dipertukarkan, tetapi maknanya baru menjadi signifikan ketika ditopang oleh modal kultural tertanam.

Ketiga poin yang dijelaskan sebelumnya merujuk pada konsep modal budaya yang penting dalam memperlancar fungsi lembaga-lembaga publik formal, sebagaimana diungkapkan oleh Pierre Bourdieu (1986). Ketiga bentuk modal kultural ini saling berhubungan: *embodied* membangun basis kedekatan, *objectified* memperluas jangkauan melalui media dan simbol, sementara *institutionalized* memberi legitimasi yang mengukuhkan posisi Komeng sebagai figur politik. Dengan demikian, kemenangan Komeng dapat dipahami sebagai hasil dari keberhasilan mengonversi modal kultural yang dimilikinya menjadi kekuatan politik elektoral melalui media sosial. Modal budaya yang penting dalam membangun modal kultural berbentuk objek atau transaksi adalah modal budaya penjemabatanan. Modal budaya penjemabatanan lebih bersifat inklusif. Orang-orang memiliki modal budaya penjemabatanan cenderung mengadakan transaksi atau menjalin hubungan sosial, dengan banyak orang dari beragam latar belakang. Membaiknya modal budaya akan berpengaruh positif bagi kesejahteraan individu karena jalinan hubungan sosial yang luas dan lintas batas-batas primordial akan membuka berbagai peluang bagi para pelakunya.

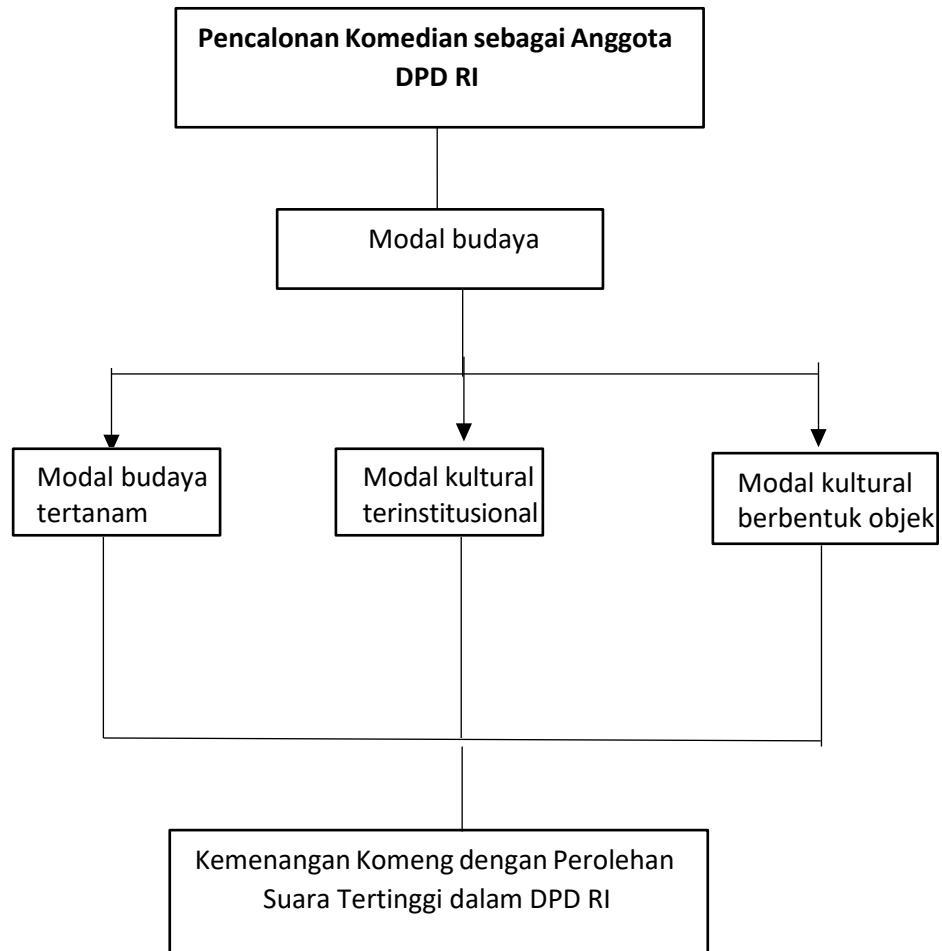
1.7 OPERASIONALISASI KONSEP

Modal budaya didefinisikan sebagai suatu bentuk pemanfaatan sumber daya ataupun kepemilikan modal awal yang dimiliki oleh peserta yang akan ikut dalam kontestasi politik dalam upaya melakukan strategi politik. Untuk mengukur modal

budaya secara empirik, digunakan tiga indikator utama. Pertama, Modal budaya tertanam, yang mencakup aturan-aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku anggota masyarakat dan menjadi dasar dalam interaksi sosial. Kedua, Modal kultural terinstitusionalisasi, yaitu tingkat keyakinan antarindividu dalam komunitas untuk dapat saling mengandalkan dan bekerja sama. Ketiga, Modal kultural berbentuk objek, yang merujuk pada relasi dan koneksi antarindividu atau kelompok yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, dukungan, dan sumber daya lainnya. Ketiga indikator ini digunakan untuk mengukur sejauh mana modal budaya hadir dan berperan dalam konteks politik yang diteliti, yaitu keterpilihan Komeng sebagai anggota DPD RI Provinsi Jawa Barat.

Keterpilihan tidak hanya dimaknai sebagai hasil perolehan suara, tetapi juga berkaitan dengan modal yang dimiliki para kandidat, seperti modal budaya yang memiliki tiga indikator. Ketiga indikator modal budaya tersebut, yakni modal budaya tertanam, modal kultural terinstitusionalisasi, dan modal kultural berbentuk objek, saling berkontribusi dalam menentukan keberhasilan seorang calon dalam kontestasi politik. Ketiga indikator modal budaya ini kemudian menghasilkan pada data konkret dalam Pemilu DPD RI 2024, yaitu kemenangan Komeng dengan perolehan suara tertinggi di Jawa Barat.

1.8 KERANGKA BERPIKIR



1.9 METODE PENELITIAN

1.9.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian tentang “Analisis Peran Modal Budaya Alfiansyah Komeng Dalam Pemilihan DPD RI Melalui Media Sosial Di Provinsi Jawa Barat Pada Tahun 2024”. menggunakan metode kualitatif. Menurut Igdan dan Biklen dalam (Rahmat, 2009) metode kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan serta perilaku orang yang diaamati. Penelitian ini berorientasi pada pemahaman fenomena serta informasi yang

diperoleh melalui pendekatan kualitatif. Fokus penelitian diarahkan pada eksplorasi secara mendalam serta kajian literatur terhadap suatu peristiwa, dengan tujuan untuk menelaah lebih lanjut berbagai variabel dan informasi dari para informan sekaligus memperhatikan dimensi yang menyusunnya.

Jenis penelitian yang dipakai adalah deskriptif kualitatif. Pemilihan metode ini didasarkan pada kesesuaiannya dengan tujuan penelitian, yakni menganalisis “Modal budaya dalam Keterpilihan Alfiansyah Komeng pada Pemilihan Umum DPD RI Provinsi Jawa Barat Tahun 2024.”

Dalam metode deskriptif, terdapat syarat umum yang harus dipenuhi, yaitu memusatkan perhatian pada upaya pemecahan masalah berdasarkan peristiwa aktual yang sedang berlangsung. Data yang berhasil dihimpun kemudian disusun secara sistematis, dijabarkan, serta dianalisis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

1.9.2 Subjek dan Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah tentang modal selebritis yang menjadi modal budaya dalam kampanye pemilu 2024. Sementara Subjek penelitian adalah:

1. Pelaku Seni dan Budaya Jawa Barat : Abuh Bukhori
2. Masyarakat Umum Jawa Barat : Angga

1.9.3 Sumber Data

Dalam pendekatan kualitatif, sumber utama data diperoleh melalui tuturan atau narasi, sedangkan data pendukung berasal dari berbagai dokumen maupun sumber lain yang relevan. Proses penelitian dilakukan dengan menganalisis informasi yang bersumber langsung dari subjek penelitian (data primer) serta dari

sumber yang tidak berhubungan secara langsung namun memiliki keterkaitan dengan topik penelitian (data sekunder).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari subjek maupun objek penelitian, melalui wawancara dengan Tim Sukses Pemenangan Komeng, para pelaku seni dan budaya di Jawa Barat, serta masyarakat Jawa Barat secara umum. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai referensi tertulis, seperti buku, jurnal ilmiah, arsip pribadi, maupun dokumen resmi. Contoh data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini mencakup konten media sosial dan pemberitaan media massa.

1.9.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara, antara lain wawancara, dokumentasi, studi literatur, serta observasi.

1. Wawancara

Pengertian wawancara menurut (Bungi, 2007) adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab. Wawancara dapat juga dilakukan dengan menggunakan alat pedoman wawancara ataupun tidak. Dengan melakukan wawancara, penulis dapat mendapatkan *insight* dan pemahaman yang lebih dalam mengenai topik penelitian melalui sudut pandang narasumber yang berpengalaman atau berkompeten dalam bidang yang relevan. Terdapat perbedaan Teknik wawancara tergantung dengan subjek wawancara itu sendiri. Wawancara kepada masyarakat akan bersifat luwes, terbuka dan tidak terstruktur sehingga dapat menciptakan situasi wawancara yang nyaman dengan narasumber. Untuk wawancara kepada pihak atau badan

pemerintahan akan bersifat formal dan lebih terstruktur. (Bungi, Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, 2013)

2. Dokumentasi

Dokumentasi dipahami sebagai pemanfaatan berbagai dokumen tertulis yang bersumber dari media cetak maupun media elektronik. Bentuknya dapat berupa data statistik atau informasi kuantitatif, laporan hasil penelitian sebelumnya, karya ilmiah yang berhubungan dengan topik penelitian, serta data pendukung lain yang diperoleh dari instansi terkait. Teknik dokumentasi berfungsi sebagai rujukan dalam menggali informasi, memperoleh data sekunder, sekaligus memperkuat analisis penelitian. Melalui pemanfaatan dokumen-dokumen tersebut, peneliti dapat memperoleh informasi yang relevan serta memperkuat argumentasi yang dibangun dalam penelitian ini.

3. Analisis Media Sosial

Media sosial menjadi salah satu instrumen penting dalam dinamika politik kontemporer, termasuk dalam konteks keterpilihan Alfiansyah Komeng sebagai anggota DPD RI pada Pemilu 2024 di Jawa Barat. Analisis media sosial diperlukan untuk memahami bagaimana interaksi, partisipasi, dan respon masyarakat terhadap figur Komeng dibangun, dipertahankan, serta dimobilisasi melalui *Platform* digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga arena diskursus publik di mana citra politik, modal kultural terinstitusionalisasi, dan dukungan dapat terbentuk secara masif.

Dalam perspektif modal budaya, media sosial berperan sebagai wadah yang mempertemukan modal budaya tertanam, jaringan, serta modal kultural

terinstitusionalisasi antara Komeng dan para pendukungnya. Melalui unggahan, komentar, dan interaksi warganet, terlihat bagaimana modal budaya terjalin secara horizontal (antar masyarakat) maupun vertikal (antara masyarakat dengan tokoh yang mereka dukung). Hal ini menunjukkan bahwa keterpilihan Komeng bukan semata-mata karena popularitasnya di dunia hiburan, tetapi juga karena adanya resonansi nilai-nilai kedekatan, keaslian, dan representasi budaya yang tersampaikan melalui media digital. Dengan demikian, analisis media sosial memberikan gambaran konkret mengenai pola komunikasi politik Komeng, bagaimana pesan-pesan yang ia sampaikan ditangkap publik, serta bagaimana respon masyarakat di ruang virtual mampu berkontribusi dalam membangun legitimasi dan elektabilitasnya di arena politik formal.

4. Studi Pustaka

Pengertian studi pustaka, menurut Mestika Zed (2003) adalah melibatkan serangkaian kegiatan terkait dengan metode menghimpun, membaca, dan mengolah data dari sumber pustaka serta mengelola data penelitian). Peneliti akan melakukan studi pustaka dengan melakukan pencarian buku dan jurnal penelitian terlebih dahulu melalui media daring atau mengunjungi perpustakaan terdekat guna memperoleh data yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan dalam penelitian ini.

1.9.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan penting dalam penelitian yang bertujuan untuk mengorganisasi serta mengolah data ke dalam kategori tertentu. Melalui proses ini, peneliti dapat menemukan pola, mengenali tema-tema utama, serta

mengembangkan pemahaman teoritis berdasarkan informasi yang terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tiga langkah, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data : Reduksi data adalah proses pemilihan, penyederhanaan, dan pemusatan perhatian pada informasi pokok dari keseluruhan data yang diperoleh. Tahapan ini dilakukan secara berkesinambungan sejak awal pengumpulan data hingga tahap akhir analisis. Melalui reduksi, data yang berlimpah disaring agar lebih terarah dan memudahkan penarikan kesimpulan.
2. Penyajian Data : Penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi yang sudah direduksi ke dalam bentuk yang sistematis sehingga mudah dipahami. Bentuk penyajian dapat berupa uraian naratif, tabel, gambar, maupun dokumen pendukung yang relevan. Penyajian ini berfungsi untuk memberikan gambaran yang jelas sehingga peneliti dapat dengan lebih mudah menarik kesimpulan atau menentukan langkah berikutnya.
3. Penarikan Kesimpulan : Tahap akhir analisis adalah menyusun kesimpulan yang bersifat lebih mendalam dan menyeluruh. Kesimpulan sementara yang dihasilkan kemudian diverifikasi kembali dengan cara meninjau catatan lapangan, membandingkan data, dan memastikan bahwa hasil analisis telah mencakup seluruh aspek penting dari penelitian. Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan memiliki validitas yang lebih kuat.