

ANALISIS PERAN MODAL BUDAYA ALFIANSYAH KOMENG DALAM PEMILIHAN DPD RI MELALUI MEDIA SOSIAL DI PROVINSI JAWA BARAT PADA TAHUN 2024

Adryan Fadhlurrahman*), Nunik Retno Herawati)**

Email: adryanfadhlurrahman3@gmail.com

Departemen Politik dan Ilmu Pemerintahan, Universitas Diponegoro, Indonesia

Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kode Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman: <https://www/fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena keterpilihan Alfiansyah Komeng sebagai anggota Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI) dari Provinsi Jawa Barat pada Pemilu 2024 dengan perolehan suara yang sangat signifikan. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena menunjukkan bagaimana seorang figur publik dari dunia hiburan mampu meraih legitimasi politik melalui modal budaya yang dimilikinya. Modal budaya yang dimaksud mengacu pada konsep Pierre Bourdieu, yaitu modal budaya tertanam, modal budaya berbentuk objek, dan modal budaya terinstitusionalisasi yang terbentuk sepanjang perjalanan karier Komeng di dunia hiburan maupun dalam interaksi sosial dengan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran modal budaya dalam keterpilihan Alfiansyah Komeng dengan menggunakan kerangka teori modal budaya Pierre Bourdieu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur, dokumentasi, wawancara, serta analisis konten dan komentar publik pada media sosial, khususnya akun Instagram dan kanal YouTube “Komeng Info”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal budaya memiliki pengaruh signifikan dalam keterpilihan Komeng. Modal budaya tertanam tercermin dari gaya komunikasi, humor, keterampilan, dan citra Komeng sebagai sosok sederhana yang dekat dengan rakyat. Modal budaya berbentuk objek terlihat dari karya dan simbol khas seperti jargon “Uhuy”, foto unik di surat suara, serta konten digital yang viral di media sosial. Sementara itu, modal budaya terinstitusionalisasi tampak dari pengakuan formal masyarakat terhadap rekam jejaknya sebagai seniman yang bersih, konsisten, dan autentik, yang kemudian diterjemahkan menjadi legitimasi politik. Ketiga bentuk modal budaya ini saling melengkapi dalam membangun citra politik alternatif yang mampu menarik simpati luas masyarakat Jawa Barat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa modal budaya merupakan faktor utama keterpilihan Alfiansyah Komeng dalam Pemilu DPD RI 2024 di Jawa Barat. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa legitimasi politik tidak semata bergantung pada modal ekonomi atau jaringan politik konvensional, tetapi juga dapat dibangun melalui modal budaya yang dimobilisasi secara efektif. Rekomendasi yang diajukan adalah perlunya Komeng menjaga integritas, memperkuat simbol-simbol budaya yang merepresentasikan dirinya, serta mengelola modal budaya sebagai sarana edukasi politik yang positif, inklusif, dan membangun.

Kata Kunci: Modal budaya, Alfiansyah Komeng, Pemilu DPD RI 2024, Jawa Barat.

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of Alfiansyah Komeng's election as a member of the Regional Representative Council of the Republic of Indonesia (DPD RI) from West Java Province in the 2024 General Election, in which he obtained a highly significant number of votes. This phenomenon is interesting to study as it demonstrates how a public figure from the entertainment industry is able to gain political legitimacy through the cultural capital he possesses. The concept of cultural capital used in this research refers to Pierre Bourdieu's framework, namely embodied cultural capital, objectified cultural capital, and institutionalized cultural capital, all of which were formed throughout Komeng's career in the entertainment world as well as through his social interactions with the public. The purpose of this study is to analyze the role of cultural capital in Alfiansyah Komeng's electoral success using Pierre Bourdieu's theory of cultural capital. This study employs a descriptive qualitative method, with data collected through literature review, documentation, interviews, and analysis of content and public comments on social media, particularly Komeng's Instagram account and YouTube channel "Komeng Info." The findings reveal that cultural capital had a significant influence on Komeng's electoral victory. Embodied cultural capital is reflected in his communication style, humor, skills, and image as a humble figure close to the people. Objectified cultural capital is evident in his works and symbolic markers such as the "Uhuy" catchphrase, his distinctive ballot photo, and viral digital content on social media. Meanwhile, institutionalized cultural capital is manifested through public recognition of his clean reputation and consistent authenticity as a comedian, which was then translated into political legitimacy. These three forms of cultural capital complement each other in shaping an alternative political image that successfully attracted widespread support in West Java. In conclusion, cultural capital was the key factor in Alfiansyah Komeng's election to the DPD RI in West Java in 2024. This success indicates that political legitimacy does not solely depend on economic capital or conventional political networks, but can also be built through the effective mobilization of cultural capital. The recommendation proposed is that Komeng should maintain his integrity, strengthen cultural symbols that represent his identity, and manage cultural capital as a means of promoting positive, inclusive, and constructive political education.

Keywords: *Cultural capital, Alfiansyah Komeng, DPD RI Election 2024, West Java.*

PENDAHULUAN

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 1 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.

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 2 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 3 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 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.

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).

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 7 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.

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?

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.

METODE 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 19 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.

KERANGKA 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 14 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 jangkauan modal tersebut. Menurut Birnir 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.

A. 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.

B. 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.

C. 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 16 representasi budaya yang dapat

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

HASIL DAN PEMBAHASAN ANALISIS KETERPILIHAN ALFIANSYAH KOMENG

1. Profil Alfiansyah Komeng

A. Latar Belakang Sosial dan Profesional

Alfiansyah Bustami, yang lebih dikenal luas sebagai Komeng, merupakan figur publik yang telah lama mengakar dalam ingatan kolektif masyarakat Indonesia, khususnya Jawa Barat. Latar belakangnya sebagai komedian dan entertainer telah membentuk citra dirinya sebagai sosok yang mudah diterima, menghibur, dan dekat dengan berbagai kalangan. Sebelum memasuki dunia politik, Komeng telah membangun karier yang solid di industri hiburan sejak tahun 1990 an, menunjukkan daya tahan dan adaptabilitasnya dalam menghadapi perubahan tren hiburan nasional. Latar belakang sosialnya yang berasal dari masyarakat biasa menjadikannya figur yang relatable dan tidak dianggap sebagai bagian dari elite politik yang sering kali dipandang jauh dari rakyat.

Komeng tidak hanya dikenal melalui penampilan televisi, tetapi juga melalui aktivitas sosial yang dilakukannya secara organik, meskipun tidak terlalu terekspos secara masif. Hal ini menunjukkan bahwa ia tidak hanya mengandalkan popularitas semata, tetapi juga memiliki concern terhadap kondisi sosial masyarakat. Dalam konteks pencalonan diri sebagai anggota DPD RI, latar belakang non-partai dan independensinya justru menjadi nilai tambah di mata pemilih yang semakin kritis terhadap politik partisan.

Pernyataan ini mencerminkan bahwa independensi Komeng dipandang sebagai modal awal untuk bersikap netral dan lebih fokus pada aspirasi rakyat. Dengan demikian, profil Komeng tidak hanya dibentuk oleh popularitasnya sebagai entertainer, tetapi juga oleh persepsi masyarakat terhadap integritas dan kedekatan emosional yang telah dibangun selama puluhan tahun. Ini menjadi landasan kuat bagi pembentukan modal budaya yang kemudian diterjemahkan menjadi dukungan politik nyata dalam Pemilu DPD RI 2024.

B. Karier di Dunia Hiburan dan Media Sosial

Karier Komeng di dunia hiburan telah menjadi fondasi utama bagi keterpilihannya dalam kontestasi politik. Sebagai komedian, ia telah menghibur masyarakat melalui berbagai program televisi, sehingga namanya sudah sangat familiar di semua kalangan, dari anak-anak hingga dewasa. Konsistensinya dalam 37 dunia hiburan selama lebih dari tiga dekade menunjukkan bahwa ia bukanlah figur yang datang dan pergi, melainkan memiliki staying power yang diperoleh melalui kerja keras dan kemampuan beradaptasi. Popularitas ini tidak hanya bersifat permukaan, tetapi telah menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan pemirsa. Di sisi sosial, laporan resmi dari PMI DKI Jakarta menjelaskan bahwa Komeng, yang juga menjabat sebagai Pengurus Bidang Bencana PMI Kabupaten Bogor, bersama unit relawan Komando Pasukan Lawak (Koplak) turun langsung ke lokasi pengungsian korban gempa di Cianjur pada 28 November 2022. Di sana, mereka menghibur anak-anak dan masyarakat, membantu mereka pulih dari trauma melalui hiburan dan permainan. Seperti yang di katakan oleh Komeng pada media berita.

Di luar kiprahnya di televisi dan aktivitas sosial, media sosial menjadi sarana

strategis bagi Komeng untuk memperluas jangkauan pengaruh. Akun Instagram pribadinya (@komeng.original) telah dihimpun hampir satu juta pengikut, sementara kanal YouTube “Komeng Info” juga diikuti ratusan ribu pelanggan. Melalui kedua platform tersebut, ia konsisten mengunggah materi bernuansa jenaka, sederhana, serta apa adanya, sehingga menegaskan citra dirinya sebagai tokoh yang merakyat. Respon warganet berupa komentar, tanda suka, hingga dukungan spontan semakin meneguhkan posisi Komeng bukan hanya sebagai pelawak, melainkan juga representasi masyarakat luas. Kehadiran di ranah digital ini memperlihatkan bagaimana modal kultural yang dimilikinya mulai dari gaya humor (embodied), simbol-simbol khas (objectified), hingga legitimasi sosial (institutionalized) terus direproduksi di ruang daring dan pada akhirnya dimanfaatkan sebagai kekuatan dalam kontestasi politik elektoral.

C. Citra Publik dan Basis Dukungan Massa

Citra publik Komeng dibangun melalui kombinasi antara persona humoris yang mudah disukai dan kesan rendah hati yang menjauhkannya dari kesan arogan atau elitis. Citra ini sangat efektif dalam menarik dukungan dari berbagai lapisan masyarakat, khususnya kalangan menengah ke bawah yang merasa terwakili oleh sosoknya. Basis dukungan massa Komeng tidak dibangun melalui mesin partai atau kampanye konvensional, melainkan melalui keterkenalan alami yang telah ada sebelumnya. Hal ini terlihat dari minimnya baliho dan iklan kampanye yang ia pasang, namun tetap berhasil meraih lebih dari 5 juta suara. Dukungan terhadap Komeng juga datang dari kalangan pemuda dan pemilih pemula yang aktif di media sosial. Foto

dirinya di surat suara yang dianggap “nyeleneh” justru menjadi viral dan memicu diskusi luas, baik secara daring maupun luring.

Fenomena ini menunjukkan bahwa dukungan terhadap Komeng bersifat organik dan tumbuh dari interaksi sehari-hari masyarakat. Kutipan wawancara tersebut menggambarkan fenomena unik dalam komunikasi politik pemilu, di mana faktor kesadaran (awareness) dan efek keterpaparan semata (mere exposure effect) memainkan peran krusial. Awalnya, foto Komeng di surat suara mungkin hanya menjadi bahan canda karena dianggap tidak lazim atau “nyeleneh”, namun justru humor inilah yang menjadi pintu masuk efektif bagi namanya untuk didiskusikan secara massal. Perbincangan yang awalnya ringan dan viral tersebut berhasil memecah kebisingan informasi dan menarik perhatian pemilih yang mungkin apatis atau belum menentukan pilihan, sehingga nama Komeng menjadi lebih dikenal (top of mind) dibandingkan calon yang tidak mendapat perhatian serupa. persepsi publik tentangnya sebagai pribadi yang berintegritas dan konsisten, sehingga transisinya ke dunia politik tidak diragukan melainkan justru diterima dengan keyakinan penuh. Latar belakangnya di dunia hiburan justru dipandang sebagai nilai tambah yang memperkuat kedekatannya dengan berbagai lapisan masyarakat, karena selama ini ia telah hadir sebagai sosok yang mudah diterima dan dekat dengan keseharian publik melalui tayangan televisi.

D. Alasan dan Motivasi Pencalonan ke DPD RI

Komeng atau Alfiansyah Bustami menjelaskan bahwa motivasinya mencalonkan diri sebagai anggota DPD RI berawal dari keresahannya terhadap tidak adanya pengakuan resmi bagi komedi di Indonesia. Ia menyoroti bahwa seni lain seperti musik dan film

telah memiliki hari peringatan nasional, sementara komedi belum. Ia menegaskan, “Yang saya kesal tuh, kok saya mengajukan hari komedi, enggak bisa-bisa, ke DPR sudah. Tapi, kata DPR, itu yang menentukan eksekutif. Coba itu lihat, hari film ada, hari musik ada, tapi hari komedi enggak ada.” (Kompas.com). Hal inilah yang mendorongnya untuk maju lewat jalur DPD, agar bisa memperjuangkan lahirnya Hari Komedi Nasional serta menghidupkan kembali gedung-gedung kesenian di Jawa Barat sebagai pusat perkembangan budaya lokal. Komeng menyampaikan bahwa dirinya ingin membawa semangat seniman dan budaya ke ruang politik dengan caranya sendiri.

2. Modal budaya Dalam Keterpilihan Alfiansyah Komeng

A. Modal budaya tertanam (Embodied Cultural Capital)

Modal budaya tertanam merupakan elemen penting dalam konsep modal budaya yang berfungsi sebagai seperangkat aturan tidak tertulis, nilai, dan kebiasaan yang mengatur interaksi antarindividu dalam masyarakat. Dalam konteks politik, modal budaya tertanam bukan sekadar menjadi pedoman perilaku, tetapi juga menjadi landasan moral yang membentuk legitimasi sosial seorang kandidat. Modal budaya tertanam memberikan arah bagi bagaimana masyarakat menilai sikap, tindakan, dan kebijakan dari para calon pemimpin. Pada kasus keterpilihan Alfiansyah Komeng sebagai anggota DPD RI Provinsi Jawa Barat dalam Pemilu 2024, modal budaya tertanam berperan besar dalam mempengaruhi dukungan publik. Modal budaya tertanam merujuk pada disposisi yang melekat dalam diri seseorang, berupa keterampilan, gaya

bicara, humor, dan cara berpikir yang diperoleh melalui proses panjang internalisasi nilai. Dalam kasus Komeng, modal budaya ini dibangun sejak ia memulai karier sebagai pelawak televisi di era 1990-an. Humor khas, gaya komunikasi ceplas-ceplos, serta sikap apa adanya menjadikan dirinya dekat dengan masyarakat luas. Berbeda dengan figur politik yang sering dianggap kaku dan elitis, Komeng justru menghadirkan sosok yang sederhana, merakyat, dan mudah diterima oleh berbagai lapisan sosial. Hal ini tidak terlepas dari kemampuannya membingkai identitas politik melalui nilai-nilai budaya Sunda yang menekankan prinsip, seperti yang dikatakan oleh narasumber pelaku seni budaya dalam wawancara. (Abuh Bukhori, 23 Juni 2025) “karena orang sunda itu terkenal dengan kesopan santunan nya, baik, ramah, silih asih, silih asah, silih asuh” (saling menyayangi, saling mencerdaskan, dan saling mengayomi). Prinsip ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat Jawa Barat yang menginginkan representasi politik yang humanis, sederhana, dan dekat dengan rakyat.

Dalam teori modal budaya yang dirumuskan oleh Pierre Bourdieu (1986), modal budaya tertanam menjadi faktor pengikat dalam menciptakan kohesi sosial dan meningkatkan partisipasi politik. Komeng memahami modal budaya tertanam bukan hanya sebagai simbol budaya, tetapi juga sebagai strategi politik yang efektif untuk membangun kedekatan emosional dengan masyarakat. Nilai-nilai kesundaan, sikap inklusif. Embodied capital Komeng juga terlihat dari kemampuannya mempertahankan konsistensi karakter selama lebih dari tiga dekade di dunia hiburan. Konsistensi ini membuat publik menginternalisasi citra Komeng sebagai pribadi yang autentik dan tidak berubah

meski popularitasnya terus meningkat. Hal ini menciptakan trust kultural yang kuat, karena masyarakat tidak hanya mengenal Komeng sebagai entertainer, tetapi juga sebagai pribadi yang tulus.

Pengalaman Komeng dalam kegiatan sosial, misalnya keterlibatannya bersama PMI dalam aksi kemanusiaan di Cianjur, semakin memperkuat modal budaya tertanam ini, sebab publik melihat bahwa empati dan kepedulian juga menjadi bagian dari dirinya. Dengan demikian, embodied cultural capital menjadi landasan utama dalam membangun kedekatan emosional antara Komeng dan masyarakat, yang kemudian dikonversi menjadi dukungan politik elektoral. Gaya bicara merupakan elemen penting lain dari modal budaya tertanam. Komeng dikenal dengan gaya komunikasi yang ceplas-ceplos, jenaka, namun tetap bumi. Karakteristik ini dibentuk melalui pengalaman panjangnya berinteraksi dengan masyarakat, baik melalui media televisi, panggung komedi, maupun keseharian dalam kegiatan sosial. Gaya bicaranya yang lugas mencerminkan kejujuran dan spontanitas, sesuatu yang jarang ditemui dalam gaya komunikasi politisi pada umumnya. Hal inilah yang menjadikan publik merasa lebih dekat dengannya, karena ia dianggap merepresentasikan suara rakyat tanpa basa-basi. Selain gaya bicara, selera humor yang khas juga menjadi identitas budaya Komeng. Selera humornya dekat dengan kultur masyarakat Jawa Barat, khususnya humor Sunda yang sederhana dan jenaka. Hal ini membuat dirinya lebih mudah diterima sebagai bagian dari masyarakat, bukan figur yang berjarak. Selera budaya yang ia tampilkan konsisten dengan gaya hidupnya yang sederhana, sehingga memperkuat citra dirinya sebagai sosok merakyat. Dengan demikian, gaya bicara dan selera Komeng

bukan hanya menjadi identitas hiburan, tetapi juga modal budaya yang memperkuat legitimasi politiknya.

B. Modal kultural berbentuk objek

Menurut Pierre Bourdieu dalam *The Forms of Capital* (1986), modal kultural berbentuk objek (*objectified cultural capital*) adalah bentuk modal budaya yang hadir dalam wujud material atau simbolik, seperti buku, karya seni, alat musik, pakaian, jargon, maupun simbol-simbol tertentu. Berbeda dengan modal kultural tertanam (*embodied*) yang melekat dalam diri individu, modal kultural berbentuk objek mengambil bentuk fisik yang dapat dimiliki, dipertukarkan, atau diwariskan. Akan tetapi, Bourdieu menegaskan bahwa objek-objek budaya tersebut tidak memiliki nilai apabila berdiri sendiri. Nilainya baru muncul ketika seseorang memiliki kemampuan untuk memanfaatkannya melalui modal kultural tertanam. Misalnya, kepemilikan sebuah buku hanya bermakna bagi orang yang bisa membaca dan memahami isinya, atau kepemilikan alat musik hanya bernilai bagi orang yang dapat memainkannya. Dengan demikian, *objectified cultural capital* selalu terkait erat dengan *embodied cultural capital* yang menopangnya.

Dalam konteks penelitian ini, modal kultural berbentuk objek tampak jelas dalam strategi politik Komeng. Jargon khas “Uhuy” bukan sekadar ungkapan lucu, tetapi telah menjadi simbol yang melekat pada dirinya dan mudah dikenali publik. Foto uniknya di surat suara Pemilu 2024 juga merupakan bentuk *objectified cultural capital*, karena tampil berbeda dari kandidat lain yang cenderung formal dan kaku. Sebagaimana dengan yang dikatakan oleh salah satu narasumber: “Ditambah lagi fotonya yang unik di surat suara itu membuat saya yakin untuk memilih, karena rasanya berbeda

dengan calon lain yang tampil terlalu formal.” (Angga, 1 Juli 2025). Kutipan ini menunjukkan bagaimana sebuah objek visual sederhana foto di surat suara menjadi bentuk *objectified cultural capital*. Foto yang tidak formal, bahkan cenderung nyeleneh, justru memperkuat identitas Komeng sebagai sosok yang otentik dan berbeda dari calon lain. Dalam perspektif Bourdieu, simbol visual itu memiliki nilai karena publik sudah memiliki *embodied capital* berupa kebiasaan menilai kejujuran dan kesederhanaan dari penampilan yang apa adanya. Foto tersebut tidak hanya menimbulkan efek humor, tetapi juga memicu kedekatan emosional, sehingga menjadi instrumen simbolik yang efektif dalam kemenangan.

Simbol visual tersebut segera viral dan memperkuat identitas Komeng sebagai figur alternatif di mata masyarakat. Selain itu, konten yang diunggah di Instagram dan YouTube menghadirkan wujud baru *objectified capital* dalam ruang digital. Unggahan-unggahan bernuansa humor, sederhana, dan otentik bukan hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi objek budaya digital yang diperbincangkan, dibagikan, dan dimaknai ulang oleh warganet. Ditambah lagi, karya-karya Komeng di dunia hiburan seperti penampilannya dalam program televisi dan film menjadi artefak budaya populer yang terus melekat dalam memori kolektif masyarakat. Simbol-simbol inilah yang kemudian berfungsi sebagai alat diferensiasi simbolik. Foto nyeleneh di surat suara, jargon khas, hingga konten media sosial tidak sekadar objek hiburan, melainkan penanda identitas politik yang membedakan Komeng dari kandidat lain. Dalam kerangka Bourdieu, modal kultural berbentuk objek ini tidak bersifat statis, melainkan dinamis karena terus direproduksi dan dimaknai ulang

sesuai konteks sosial dan politik. Pada akhirnya, *objectified cultural capital* yang dimiliki Komeng berhasil dikonversi menjadi legitimasi politik dan modal elektoral, terbukti dari perolehan suara yang signifikan dalam Pemilu DPD 2024. Dengan demikian, *objectified cultural capital* berperan besar dalam menjembatani transformasi citra Komeng sebagai komedian menjadi sosok yang dipercaya publik untuk menempati posisi politik.

C. Modal kultural terinstitusionalisasi

Modal kultural terinstitusionalisasi menurut Pierre Bourdieu adalah bentuk modal budaya yang telah memperoleh pengakuan formal maupun 49 legitimasi sosial yang diakui secara luas. Berbeda dengan modal budaya tertanam yang melekat pada disposisi individu, atau modal budaya berbentuk objek yang tampak dalam simbol dan karya, modal terinstitusionalisasi hadir ketika reputasi kultural seseorang dilembagakan dalam bentuk legitimasi, status resmi, ataupun kepercayaan publik yang diakui secara kolektif. Dalam konteks Komeng, modal ini tidak lahir secara instan, melainkan hasil akumulasi panjang dari karier di dunia hiburan, konsistensi citra pribadi, serta reputasi bersih yang jarang ditemui dalam dunia politik. Masyarakat menilai Komeng sebagai sosok yang jujur, sederhana, dan jauh dari stigma korupsi. Hal ini membedakannya dari banyak figur politik konvensional, yang kerap dipersepsikan penuh dengan kepentingan dan praktik politik uang. Walaupun sebelumnya Komeng tidak pernah terjun langsung ke politik praktis, legitimasi sosial yang telah ia bangun melalui dunia hiburan menjadi dasar kuat kepercayaan masyarakat saat ia maju sebagai calon anggota DPD RI Provinsi Jawa Barat. Dengan kata lain, pengakuan publik terhadap integritas Komeng menjadi bentuk

modal kultural terinstitusionalisasi, karena kepercayaan itu tidak hanya berasal dari popularitas, tetapi juga dari reputasi yang sudah dilembagakan melalui pengalaman panjang di ruang publik.

Bentuk konkret modal kultural terinstitusionalisasi Komeng juga terlihat dari besarnya dukungan elektoral yang ia raih. Komeng berhasil memperoleh lebih dari 5,3 juta suara di Jawa Barat angka yang menempatkannya sebagai peraih suara terbanyak secara nasional dalam Pemilu DPD RI 2024. Tingginya partisipasi ini tidak dihasilkan oleh kampanye konvensional dengan baliho atau spanduk besar-besaran, melainkan dari hubungan emosional yang terjalin secara organik antara dirinya dan masyarakat. Dukungan itu datang secara sukarela tanpa adanya tekanan atau politik uang, menandakan bahwa legitimasi Komeng sebagai figur publik telah bertransformasi menjadi legitimasi politik yang dilembagakan dalam bentuk suara elektoral.

Lebih dalam lagi, pernyataan ini menunjukkan bahwa ikatan emosional yang terjalin melalui media mampu menciptakan dasar modal kultural terinstitusionalisasi yang hampir instan, tanpa memerlukan penilaian mendalam terhadap kapabilitas teknis-politik seorang figur. Masyarakat cenderung mengadopsi pendekatan pragmatis dengan mengandalkan persepsi akan kelurusan moral dan kesan kedekatan sebagai dasar dukungan elektoral. Meskipun pendekatan ini efektif dalam membangun dukungan massa, hal ini juga menyisakan pertanyaan mengenai kesiapan teknis dan substansial seorang figur dari latar non-politik dalam mengemban tugas-tugas legislatif yang kompleks. Namun, bagi banyak pemilih, konsistensi sikap dan keteladanan moral dianggap sebagai

landasan yang lebih krusial daripada sekadar keahlian teknis yang dapat dipelajari.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis modal budaya dalam keterpilihan Alfiansyah Komeng sebagai anggota DPD RI dari Jawa Barat pada Pemilu 2024, dapat disimpulkan bahwa keberhasilannya tidak terlepas dari pemanfaatan tiga bentuk modal budaya menurut Pierre Bourdieu, yakni modal budaya tertanam, modal budaya berbentuk objek, dan modal budaya terinstitusionalisasi. Pertama, modal budaya tertanam (*embodied cultural capital*) tampak melalui gaya komunikasi, humor khas, spontanitas, serta citra Komeng sebagai figur sederhana, jujur, dan dekat dengan rakyat. Nilai-nilai ini tidak hanya membentuk identitas personal, tetapi juga menghadirkan kedekatan emosional dengan masyarakat Jawa Barat. Kedua, modal budaya berbentuk objek (*objectified cultural capital*) terlihat dari karya-karya, simbol, dan artefak budaya yang melekat pada Komeng, seperti jargon “Uhuy”, foto unik di surat suara, serta konten digital di Instagram maupun YouTube.

Objek-objek budaya tersebut bukan hanya menjadi penanda identitas, melainkan juga instrumen efektif dalam membangun daya tarik politik yang berbeda dengan kandidat lain. Ketiga, modal budaya terinstitusionalisasi (*institutionalized cultural capital*) hadir dalam bentuk legitimasi formal dan pengakuan sosial terhadap Komeng, baik sebagai seniman senior yang konsisten berkarya tanpa 70 kontroversi maupun sebagai figur publik yang dipercaya membawa aspirasi rakyat. Modal ini kemudian terkonversi menjadi legitimasi politik yang mendorong keterpilihannya dengan suara signifikan. Dengan demikian, jawaban atas rumusan masalah penelitian ini menunjukkan bahwa keterpilihan Komeng merupakan hasil dari sinergi ketiga bentuk modal budaya tersebut. Modal budaya

tertanam menciptakan kedekatan, modal budaya berbentuk objek memperkuat simbol dan citra politik, sedangkan modal budaya terinstitusionalisasi memberikan legitimasi formal yang memperkuat kepercayaan publik. Keseluruhan modal budaya ini bekerja bersama-sama membentuk basis dukungan luas sehingga Komeng mampu memperoleh legitimasi politik tanpa mengandalkan modal ekonomi maupun jaringan politik konvensional.

SARAN

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, bagi masyarakat, hendaknya menjadikan keberhasilan Komeng sebagai inspirasi untuk semakin kritis dan partisipatif dalam pemilu, dengan menilai kandidat bukan hanya dari popularitas, tetapi juga dari nilai, rekam jejak, dan integritas. Kedua, bagi pemerintah, penting untuk mendorong figur publik yang memiliki rekam jejak sosial, budaya, dan kemanusiaan agar terlibat dalam politik, sehingga representasi rakyat di lembaga perwakilan lebih beragam. Ketiga, bagi praktisi politik, pendekatan berbasis modal budaya perlu diperkuat sebagai alternatif dari politik uang dan kampanye berbiaya tinggi, karena kedekatan emosional dan modal kultural terinstitusionalisasi masyarakat terbukti lebih berpengaruh terhadap hasil elektoral. Keempat, bagi lembaga pendidikan dan organisasi kemasyarakatan, penting untuk mengedukasi generasi muda agar memahami nilai demokrasi partisipatif, sehingga mereka dapat menyalurkan aspirasi secara sehat, kritis, dan konstruktif. Kelima, bagi tokoh seni dan budaya, keberhasilan Komeng menunjukkan bahwa seni bukan hanya ruang hiburan, tetapi juga dapat menjadi pintu masuk dalam memperjuangkan aspirasi masyarakat. Oleh karena itu, seniman lain dapat mengambil peran aktif dalam ruang publik, tidak hanya melalui karya, tetapi juga melalui advokasi

politik. Keenam, bagi media massa, disarankan untuk terus memberikan ruang pemberitaan yang adil dan edukatif, agar pemilih dapat menilai kandidat secara utuh dan tidak terjebak dalam politik citra semata. Ketujuh, bagi penyelenggara pemilu, penting untuk memperkuat transparansi, literasi politik, serta memastikan bahwa setiap kandidat memiliki ruang yang setara untuk dikenal oleh publik, sehingga kompetisi

DAFTAR PUSTAKA

- Bourdieu, Pierre. (1986). *The Forms of Capital*. New York: Greenwood Press.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik Antara Pemahaman Dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kaid, Lynda Lee. (2004). *Pemasaran Politik (Teori, Penelitian, dan Aplikasi): Handbook Penelitian Komunikasi Politik* (Imam Baehaqie, Terj.). Bandung: Penerbit Nusamedia.
- Litbang Kompas. (2019). *Pemilu 2019: Ekonomi dan Popularitas Dalam Pemilu*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- McNair, Brian. (2003). *Media Sebagai Pelaku Politik: Seri Pengantar Komunikasi Politik* (Imam Muttaqien, Terj.). Bandung: Penerbit Nusamedia.
- Pusat Data dan Analisa Tempo. (2022). *Bukan Figuran, Fenomena Artis Jadi Anggota DPR*. Jakarta: Tempo Publishing.
- Richard S Katz, dkk. (2021). *Seri Handbook Partai Politik; Partai Politik Dan Modal budaya, Partai Politik Atau Modal budaya*. Sleman: Penerbit Nusapedia.
- Salim, Syahrudin. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan, dan Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media.
- Santoso, Thomas. (2020). *Memahami Modal budaya*. Surabaya: Penerbit CV Saga Jawadwipa.
- Sayuti, Solatun Dulah. (2014). *Komunikasi Pemasaran Politik*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Semetko, H., & Scammel, M. (2021). *Media Hiburan dan Keterlibatan Politik Warga: Handbook Komunikasi Politik (GOR Lamahu, Terj.)*. Bandung: Nusamedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tocqueville, Alexis de. (1978). *Democracy, Revolution, and Society*. University of Chicago.
- Wulandari, Retno. (2014). *Media Darling ala Jokowi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ahmad, Nyarwi. 2012. *Manajemen Komunikasi Politik Dan Marketing Politik*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Zaman