

## PERILAKU ELIT POLITIK ALA SELEBRITI

Ahmad Al Yakin\*

### ABSTRACT

*Selebritisasi political phenomenon is rampant in Indonesia formulate study on the behavior of the political elite and the social meaning of waking up celebrity -style political behavior . Therefore, it is necessary to study to be formulated why political elites tend to use celebrity -style political maneuvering , which can contribute both theoretical and practical science . Political elite celebrity -style behavior is a phenomenon of the post-reform political pragmatism , is a product of socialization that comes as one of the factors that influence the behavior of the public and political choice . Society will impose their political choices based on information he received , which also turned out to be a political choice correlated with environmental conditions in which people lived . This makes the political choice of each person is different . Voters turn out to vote based on the information and knowledge gained about the party 's profile , figure candidates , as well as the vision and mission , but also there are voters turn out to vote despite the very minimal knowledge about the parties , candidates and also the vision and mission .*

*Keywords : Behavior , Elite , Politics , Celebrity*

### PENDAHULUAN

Fenomena perilaku politik ala selebritis sudah terasa marak di kalangan para politisi, baik eksekutif maupun legislatif. Manuver politik ini merupakan rangkaian politik pencitraan SBY pada momentum kampanye pemilu 2004 lalu. Lagu “pelangi di matamu” menjadi media pencitraan politik yang dibawakan dalam irama dangdut. Sepak terjang politik tersebut tampaknya banyak diikuti oleh elite politik baik di tingkat provinsi maupun tingkat kabupaten. Mereka sibuk “menjual diri” lewat media televisi, seakan tidak mau kalah dengan artis. Para elite berusaha menjejali mata masyarakat tentang keberadaan mereka yang sebagian kurang dikenal oleh publik. Salah satunya lewat media album lagu baik lagu populer maupun lagu daerah. Tayangan Video Klip melalui media massa diibaratkan sebagai obat yang disuntikkan dalam pembuluh darah audiens, sehingga audiens akan bereaksi seperti yang diharapkan (Rogers dan Shoemaker, 1973). Dengan demikian selebritisasi politik dinilai sebagai sarana paling ampuh untuk membentuk citra diri. Karena dengan menjadi selebritis (instan), politisi

---

\*) Staf Pengajar FKIP Universitas Al Asyariah Mandar

akan mendapat sorotan masyarakat. Visualisasi lagu akan menjadi konsumsi publik, sehingga publik “terhipnotis” untuk memahami popularitas figur.

Ketidakajegan antara realita dengan harapan yang terbentang dalam Pemilu maupun Pemilukada, tergambar pada kecenderungan masyarakat dalam menjatuhkan pilihan berdasarkan popularitas, adalah bentuk irasionalitas pemilih dalam menentukan kriteria pemimpin. Visi, misi, program kerja atau rekam jejak pemimpin tidak masuk dalam imajinasi politik mereka. Ini merupakan cermin kegagalan aktor politik dalam mencerdaskan pemilih melakukan kerja-kerja pendidikan politik di masyarakat. Selama ini elite politik masih memperlakukan rakyat sebagai suporter ketimbang pemilih yang sesungguhnya. Akibatnya, banyak masyarakat yang asal mencoblos, terseret arus pencitraan, atau bahkan terjebak pada money politics. Karena itu, untuk melahirkan pemimpin yang ideal, cerdas, kapabel, dan bisa membawa perbaikan dan perubahan, demokratisasi harus terus dikawal sehingga berjalan sesuai dengan apa yang dicita-citakan. Salah satunya dengan memberikan pendidikan politik kepada masyarakat agar lebih cerdas dan rasional dalam menjatuhkan pilihan dan menentukan masa depan mereka. Diamond dan Juan Linz, *Leipset* (2007) mengemukakan derajat demokrasi dari sebuah sistem politik bisa diukur menurut kondisi kebebasan, partisipasi, dan kompetisi.

Berdasarkan fenomena tersebut, menunjukkan bahwa proses pendidikan politik secara ideal dapat memengaruhi pengetahuan politik dari masyarakat. Output dari pengetahuan itu akan tampak dari tingkat partisipasi politik, bukan dari mobilisasi politik. Mobilisasi politik itu merupakan akibat dari kegagalan komunikasi dan pendidikan politik. Sederhananya, kampanye pemilu dibutuhkan untuk memberikan informasi kepada pemilih. Dengan harapan, pemilih akan mengetahui program sang kandidat atau partai atas dasar pengetahuan itu, pemilih akan tertarik untuk menentukan pilihan pada saat pencoblosan. Hal ini yang sesungguhnya diharapkan dari suatu kampanye yang mencerdaskan pemilih. Maka dari itu, pendidikan politik menjadi penting agar pemilih memiliki tanggung jawab terhadap pilihannya. Disisi lain, perilaku politik dalam tataran praktik mengalami akselerasi, salah satunya selebritisasi politik, dalam konteks ini, para elite politik di Indonesia dengan gencar mencitrakan diri sebagai figur yang nasionalis, empati, dan visioner melalui sebuah media visual album lagu. Pencitraan dilakukan sebagai upaya melegitimasi eksistensi, dan yang paling penting adalah meningkatkan popularitas, elektabilitas, dan akseptabilitas dari pemilih.

Fenomena selebritisasi politik yang marak di Indonesia memformulasikan kajian pada perilaku politik elit dan makna sosial yang terbangun atas perilaku politik ala selebriti. Olehnya perlu dikaji untuk dirumuskan mengapa elite politik cenderung menggunakan manuver politik ala selebriti, sehingga dapat memberi kontribusi ilmiah baik teoretis maupun praktis.

## PEMBAHASAN

### A. Selebritasi Politik Sebagai Tindakan Sosial

Manuver politik sebagai tindakan sosial merupakan suatu proses dimana aktor secara subjektif terlibat dalam segmen dalam sistem politik. Tindakan sosial yang dimaksud meliputi setiap jenis tindakan manusia yang dengan penuh arti diorientasikan kepada tindakan orang lain. Menurut Weber bahwa tindakan sosial (*social action*) adalah tindakan yang memiliki makna subjektif (*a subjective meaning*) bagi dan dari aktor pelakunya (Johnson, 1986). Tindakan sosial adalah seluruh perilaku manusia yang memiliki arti subjektif dari yang melakukannya, baik yang terbuka maupun yang tertutup, yang diutarakan secara lahir maupun secara diam-diam, yang oleh pelakunya diarahkan kepada tujuannya. Sehingga, tindakan sosial itu bukanlah perilaku yang kebetulan, tetapi yang terstruktur atau memiliki pola tertentu dan makna-makna tertentu.

Tindakan sosial itu adalah seluruh perilaku manusia yang memiliki arti subjektif dari yang melakukannya, baik yang terbuka maupun yang tertutup, yang diutarakan secara lahir maupun secara diam-diam, yang oleh pelakunya diarahkan kepada tujuannya. Sehingga, tindakan sosial itu bukanlah perilaku yang kebetulan, tetapi yang terstruktur atau memiliki pola tertentu dan makna-makna tertentu. Weber secara khusus mengklasifikasikan tindakan sosial yang memiliki arti-arti subjektif itu ke dalam empat tipe. Pertama *instrumentally rational* (*Zweckrational*) yaitu tindakan yang ditentukan oleh harapan-harapan yang memiliki tujuan untuk dicapai itu telah dirasionalisasikan dan dikalkulasikan sedemikian rupa untuk dapat dikejar atau diraih oleh yang melakukannya. Kedua *value rational* (*wertrational*) yaitu tindakan yang didasari oleh kesadaran keyakinan mengenai nilai-nilai yang penting seperti etika, estetika, agama dan lain-lainnya yang mempengaruhi tingkah laku manusia dalam kehidupannya. Ketiga, *affectual* (*especially emotional*) yaitu tindakan yang ditentukan oleh kondisi kejiwaan dan perasaan yang melakukannya. Dan keempat, *traditional* yaitu tindakan yang ditentukan kebiasaan-kebiasaan yang telah mendarah daging.

### B. Selebritas sebagai Komodifikasi Politik

Guna memasarkan citra yang merujuk pada sosok, sebelumnya harus memiliki citra yang ingin dimunculkan, lalu mengidentifikasi sasaran yang dituju, merumuskan *positioning* yang tepat untuk mencerminkan citra serta merancang pesan dan media kampanye yang tepat. Hal ini menegaskan bahwa citra personal mempunyai arti sangat penting dalam Pemilu. Berikut ini peringkat citra personal dalam Pemilu yang berlangsung di Eropa dan Amerika. Secara konseptual penelitian ini berusaha merumuskan definisi selebriti. Selebriti dalam *Understanding Celebrity* mengarah pada pemahaman orang yang banyak dikenal. Graeme Turner (2004 : 20-21) menyebutkan, selebriti adalah orang asing yang

akrab dan menembus dalam kehidupan pribadi orang-orang lainnya. Kehidupan sehari-hari selebriti biasanya lebih banyak sisi menarik dan kontroversinya dibandingkan kemampuan profesional dan pencapaian prestasinya. Selebriti merupakan produk dalam sejumlah budaya, dimana sejumlah unsur berinteraksi di dalamnya meliputi politik, ekonomi, sosial dan sebagainya. Pertarungan relasi peran ini, menyebabkan seringkali selebriti dijadikan komoditas melalui proses komodifikasi dan menjadi bagian dari objek konsumsi.

Dalam situasi seperti ini apabila ada pejabat kita yang "menang gaya" dan diliput luas media massa maka dengan mudah beliau ini mendapat simpati rakyat serta dengan sangat mudahnya sang pejabat ini akan didukung oleh publik untuk dijadikan calon pemimpin berikutnya. Situasi seperti ini sungguh "berbahaya" bagi bangsa ini dalam memperoleh calon pemimpin bangsa yang berkualitas. Kita menyaksikan sendiri betapa mudahnya rakyat tertambat hatinya pada pejabat yang "beraksi" hanya dengan verbalistis penuh gaya, lantas serta merta yang bersangkutan dianggap sebagian warga (dengan bantuan media massa tentunya) di gadang-gadang sebagai calon Pemimpin. Padahal, sosok pemimpin bangsa itu mesti tokoh yang dapat dijadikan panutan, tidak hanya berkualitas dalam menunjukkan hasil kerjanya yang mewujud (*the what*) dan proses meraihnya (*the how*) tetapi lebih penting dari itu adalah kualitas pribadi sang tokoh.

### C. Pendekatan Perilaku Politik

Menurut Asfar (2006), bahwa dalam menganalisis perilaku pemilih dapat digunakan tiga pendekatan, yaitu pendekatan sosiologis, pendekatan psikologis, dan pendekatan rasional. Pendekatan sosiologis yang dipelopori oleh Columbia's University Bureau of Applied Science. Pendekatan ini pada dasarnya menjelaskan bahwa karakteristik sosial dan pengelompokan-pengelompokan sosial mempunyai pengaruh yang cukup signifikan dalam menentukan pilihan pemilih. Pendekatan sosiologis dilandasi oleh pemikiran bahwa determinan pemilih dalam respon politiknya adalah status sosio-ekonomi, afiliasi religius. Dengan kata lain, pendekatan ini didasarkan pada ikatan sosial pemilih dari segi etnik, ras, agama, keluarga, dan pertemanan yang dialami oleh agen pemilih secara historis.

Pengelompokan sosial seperti umur (tua-muda), jenis kelamin (laki-perempuan) agama dan semacamnya dianggap mempunyai peranan yang cukup menentukan dalam membentuk pengelompokan sosial baik secara formal seperti keanggotaan seseorang dalam organisasi-organisasi keagamaan, organisasi-organisasi profesi, dan sebagainya, maupun kelompok-kelompok informal seperti keluarga, pertemuan, ataupun kelompok-kelompok kecil lainnya, merupakan sesuatu yang sangat vital dalam memahami perilaku politik seseorang, karena kelompok-kelompok inilah yang mempunyai peranan yang besar dalam menentukan sikap, persepsi dan orientasi seseorang.

Pendekatan psikologis yang dikembangkan oleh University of Michigan's Survey Centre. Pendekatan ini pada dasarnya melihat sosialisasi sebagai

determinasi dalam menentukan perilaku politik pemilih, bukan karakteristik sosiologis. Pendekatan ini menjelaskan bahwa sikap seseorang merupakan refleksi dari kepribadian seseorang yang menjadi variabel yang cukup menentukan dalam memengaruhi perilaku politik seseorang. Oleh karena itu, pendekatan psikologi menekankan pada tiga aspek psikologis sebagai kajian utama, yaitu ikatan emosional pada suatu partai politik, orientasi terhadap isu-isu dan orientasi terhadap kandidat.

Dalam konteks pendekatan rasional, pemilih akan memilih jika ia merasa ada timbal balik yang akan diterimanya. Ketika pemilih merasa tidak mendapatkan faedah dengan memilih kandidat yang sedang bertanding, ia tidak akan mengikuti dan melakukan pilihan pada proses Pemilu. Hal ini juga sejalan dengan prinsip ekonomi dan hitung ekonomi. Pendekatan ini juga mengandaikan bahwa calon kandidat dan akan melakukan berbagai promosi dan kampanye yang bertujuan untuk menarik simpati dan keinginan masyarakat untuk memilih dirinya pada pemilu dan pemilukada.

#### **D. Partisipasi Politik**

Di negara yang menganut paham demokrasi, pemikiran yang mendasari konsep partisipasi politik adalah bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat yang pelaksanaannya dapat dilakukan oleh rakyat secara langsung maupun melalui lembaga perwakilan. Partisipasi politik merupakan aspek yang sangat penting dan merupakan ciri khas adanya modernisasi politik. Di negara yang kehidupan masyarakatnya masih tergolong tradisional dan sifat kepemimpinan politiknya ditentukan oleh segolongan elit penguasa, maka partisipasi warganegara dalam ikut serta mempengaruhi pengambilan keputusan dan mempengaruhi kehidupan berbangsa dan bernegara relatif sangat rendah. Sementara itu di negara yang proses modernisasi politiknya telah berjalan baik, maka tingkat partisipasi politik warganegara cenderung meningkat.

Partisipasi pada dasarnya merupakan kegiatan warga negara dalam rangka ikut serta menentukan berbagai macam kepentingan hidupnya dalam ruang lingkup dan konteks masyarakat atau negara itu sendiri. Karena itu partisipasi itu sendiri bisa beragam bentuk kegiatannya. Bagaimana pun, ekspresi orang dalam mengemukakan atau dalam merespon berbagai macam permasalahan dan kepentingan politiknya, satu sama lain akan berbeda-beda. Uraian di atas memperlihatkan bahwa partisipasi politik sebagai suatu bentuk kegiatan atau aktivitas dapat dilihat dari beberapa sisi. Ia bisa dilihat sebagai bentuk kegiatan yang secara sadar maupun tidak sadar atau dimobilisasi. Ia bisa dilakukan secara bersama-sama ataupun sendiri. Kemudian dapat pula dilakukan langsung ataupun tidak langsung, melembaga ataupun tidak melembaga sifatnya, dan seterusnya.

Partisipasi politik merupakan aspek yang sangat penting dan merupakan ciri khas adanya modernisasi politik. Di negara yang kehidupan masyarakatnya

masih tergolong tradisional dan sifat kepemimpinan politiknya ditentukan oleh segolongan elit penguasa, maka partisipasi warganegara dalam ikut serta mempengaruhi pengambilan keputusan dan mempengaruhi kehidupan berbangsa dan bernegara relatif sangat rendah. Sementara itu di negara yang proses modernisasi politiknya telah berjalan baik, maka tingkat partisipasi politik warganegara cenderung meningkat. Mengacu pendapat Budiardjo (2003), Huntington dan Nelson (1994), pengertian partisipasi politik mencakup: (a) kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan tindakan politik, (b) dilakukan oleh warganegara biasa dan bukan oleh pejabat pemerintah, (c) dimaksudkan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintah, (d) semua kegiatan untuk mempengaruhi pemerintah terlepas tindakan itu efektif atau tidak, dan berhasil atau gagal, (e) dilakukan secara langsung oleh pelakunya sendiri maupun secara tidak langsung melalui perantara.

#### **E. Orientasi Perilaku Pemilih**

Menyoal kecenderungan perilaku pemilih, Kleden (Thaha, 2004) menyimpulkan bahwa pemilih lebih cenderung pada identifikasi partai jika partai bernafaskan keagamaan karena dorongan partai. Berkenaan arah pilihan politik pemilih, rasionalitas politik pemilih terimplementasi dalam pola memilih dan pola Golput. Kedua pola ini merupakan perilaku yang dapat berubah-ubah sewaktu-waktu. Domain pertimbangan utamanya sangat ditentukan oleh tujuan atas tindakan para pemilih. Perilaku politik yang didasarkan pada waktu pencapaian tujuan inilah yang disebut dengan rasionalitas diakronik, yang meliputi rasionalitas retrospektif, pragmatis-adaptif, dan rasionalitas prospektif (Upe, 2008). Rasionalitas ini didasarkan pada stimulus politik yang berupa identifikasi figur, identifikasi partai politik, isu kampanye, juru kampanye, hibah politik, dan *pressure groups*.

Realitas kerasionalan perilaku politik pemilih sepenuhnya ditentukan oleh kesadaran pribadi. Hal ini oleh Etzioni disebut sebagai masyarakat aktif (*active society*), masyarakat yang mampu mengendalikan dan menguasai dunia sosial mereka. Menurutnya, dalam masyarakat aktif orang dapat merubah hukum-hukum sosial (Poloma, 2000). Dalam konteks demikian, pemilih dipandang sebagai orang yang sangat kreatif. Ia mampu menciptakan sesuatu, mengubah keadaan, dan pada gilirannya dapat membentuk masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Individu demikian itu memiliki kesadaran pribadi, pengetahuan dan komitmen pada tujuan tertentu yang harus dicapai, dan memiliki fasilitas kekuasaan untuk mengubah suatu tatanan sosial.

Keputusan untuk memberikan dukungan suara dan tidak memberika suara terjadi apabila tidak terdapat kepercayaan tinggi dari pemilih kepada calon tersebut. sebaliknya pemilih tidak akan memberikan suaranya kalau mereka menganggap bahwa partai dan calon tersebut tidak loyal serta tidak konstiten dengan janji dan harapan yang telah mereka berikan.

Perilaku pemilih juga sarat dengan ideologi antara pemilih dengan calon ataupun partai politik. Melwit menyebutkan bahwa perilaku politik merupakan pengambilan yang bersifat instan, tergantung pada situasi sosial politik tertentu dan tidak berbeda dengan keputusan lainnya. Tidak tertutup kemungkinan adanya pengaruh dari faktor tertentu dalam mempengaruhi keputusan pemilih seperti faktor partai yang mendukung pasangan calon, citra ataupun figur kandidat tersebut.

Perilaku pemilih dalam menentukan pilihan politiknya banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor. Untuk memahami faktor pemilih dalam menentukan pilihannya pertama kita haru memahami bagaimana konteks latar belakang historisnya. Sikap dan perilaku pemilih dalam menentukan pilihan politiknya banyak dipengaruhi oleh proses dan sejarah masa lalu. Ini dikarenakan budaya politik di indonesia masih kental akan sejarah dan kebudayaan masa lampau.

Faktor kedua ialah kondisi geografis dan wilayah. Hal ini sangat berpengaruh kepada masyarakat dalam menentukan pilihan politiknya dalam pemilu, secara tidak langsung perilaku pemilih banyak ditentukan oleh faktor wilayah. Oleh karena itu kondisi dan faktor geografis/wilayah menjadi pertimbangan penting dalam mempengaruhi perilaku politik seseorang. Misalnya saja dalam pengambilan keputusan, peraturan dan kebijakan sampai dalam pemilihan umum. Hal ini menuntut agar si calon pandai-pandai membuat strateginya dalam kampanye agar perilaku pemilih cenderung memilih si kandidat tersebut.

Faktor ketiga ialah agama/keyakinan dan budaya. Dalam hal ini mencakup hal-hal yang berhubungan dengan agama dan budaya masyarakat baik itu kesukuan, etnisitas sampai ras. Masyarakat Indonesia dikenal sebagai masyarakat yang majemuk dan pluralitas ataupun beraneka ragam. Agama telah memberikan nilai moral politik yang memberikan pengaruh bagi masyarakat dalam menentukan pilihannya. Keyakinan dan agama merupakan pedoman acuan yang penuh dengan norma-norma dan kaidah yang dapat mendorong dan mengarahkan perilaku politik sesuai dengan agama dan keyakinannya dalam proses politik. Hal ini membenarkan bahwa agama dan keyakinan dapat mempengaruhi pilihan politik seseorang dalam aktivitas politik. Begitu pula halnya dengan Suku ataupun Etnisitas. Konsep etnisitas akan dijelaskan pada bagian selanjutnya. Dalam kajian ini kita ketahui bahwa perilaku politik seseorang bisa saja dipengaruhi oleh ikatan-ikatan tertentu seperti rasa keterikatan dalam etnisitas.

Faktor keempat ialah pendidikan dan komunikasi yang sangat berpengaruh kepada perilaku konstituen. Pendidikan dan komunikasi yang baik dari si calon maupun kandidat akan memberikan dan mempengaruhi simpatik konstituen. Semakin tinggi pendidikan masyarakat maka semakin tinggi tingkat kesadaran politiknya, dan begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat

pendidikan masyarakat maupun seseorang maka semakin rendah tingkat kesadaran politiknya. Selain itu, komunikasi politik yang intens akan mempengaruhi perilaku politik seseorang dalam aktivitas politiknya dan perilaku politiknya dalam menentukan pilihannya dalam pemilihan umum.

#### **F. Determinan Perilaku Politik**

Dalam wacana psikologi dikenal istilah *people's social behaviour* sebagai perwujudan kepribadian individu yang melakukan political action dalam kehidupan sosial politiknya yang kemudian lebih dikenal dengan istilah political behaviour (perilaku politik). Dalam konsep psikologi tentang kepribadian, selalu digambarkan bahwa perilaku sosial (social behaviour) merupakan bagian tidak terpisahkan dari kepribadian seseorang. Bahkan, tidak sedikit konsep teori psikologi yang menganggap bahwa kepribadian seseorang hanya akan terukur melalui perwujudannya dalam berperilaku sosial.

Masa kampanye merupakan masa-masa strategis bagi para elite politik untuk mensosialisasikan diri serta program-program kerjanya. Segala trik dilakukan masing-masing kandidat dan tim sukses (timses) untuk menarik simpati pemilih. Kampanye adalah sebuah tindakan yang bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan. Kampanye bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir.

Kampanye umumnya dilakukan dengan slogan, pembicaraan, barang cetakan, penyiaran barang rekaman berbentuk gambar, suara, atau simbol-simbol.

Kampanye dapat juga dilakukan melalui internet. Untuk sebuah rekayasa pencitraan kemudian berkembang menjadi upaya persamaan pengenalan sebuah gagasan atau isu kepada suatu kelompok tertentu yang diharapkan mendapatkan timbal balik atau tanggapan.

Kampanye elite politik sebisa mungkin menjadi media pembelajaran politik bagi rakyat Indonesia, bagaimana kita sebagai warga negara Indonesia sekaligus insan politik untuk mempergunakan hak memilih dan dipilih dengan bijaksana. Yakni mengedepankan kepentingan bangsa dan negara di atas kepentingan pribadi dan golongan.

Belajar memilih dengan menggunakan setiap anugrah yang Allah SWT berikan pada masing-masing kita; otak, fisik dan hati. Harapannya kampanye di Propinsi Indonesia dapat pula mencerdaskan dan dapat disikapi juga secara cerdas baik oleh para elite politik maupun bagi masyarakat luas. Tak jarang masyarakat terjebak pada pola cara pandang yang pendek tentang kampanye, maupun pemilu itu sendiri.

Walaupun perkembangan demokrasi di Indonesia sekarang ini sudah menunjukkan kemajuan, proses kampanye pemilukada masih saja identik dengan cara-cara klasik. Kampanye penuh dengan simbol atau tokoh populis, konvoi, dan pengibaran bendera parpol. Kampanye yang marak dengan hiburan musik ala



selebriti dan cara lain yang jauh dari pembelajaran politik cerdas. Kampanye yang berselimumt money politic, sembako dan atribut partai.

Semua praktik itu selama ini memang cukup efektif dalam merebut hati pemilih yang sangat pragmatis. Kandidat yang bertarung dalam setiap pemilu juga hanya cukup mempersiapkan akting yang populer dengan menyesuaikan selera pemilihnya.

Metode kampanye di Indonesia juga sangat menonjolkan figur dari kandidat, sehingga terkadang pemilih tidak begitu mengetahui visi yang dibawa oleh kandidat. Bagaimana mungkin masyarakat tidak memilih seseorang berdasarkan figurinya kalau kampanye yang dilakukan adalah untuk menjual sosok sang calon bukannya pemikirannya. Hal tersebut berbanding terbalik dengan kampanye di Amerika yang menekankan pada konten yang dibawa oleh kandidat.

Secara ideal, kampanye pemilu merupakan proses komunikasi politik yang dapat memengaruhi pengetahuan politik dari masyarakat. Output dari pengetahuan itu akan tampak dari tingkat partisipasi politik, bukan dari mobilisasi politik. Jadi bisa dikatakan bahwa mobilisasi politik itu merupakan akibat dari kegagalan komunikasi dan pendidikan politik. Sederhananya, kampanye pemilu dibutuhkan untuk memberikan informasi kepada pemilih. Dengan harapan, pemilih akan mengetahui program sang kandidat atau partai dan atas dasar pengetahuan itu, pemilih akan tertarik untuk menentukan pilihan pada saat pencoblosan.

Hal ini yang sesungguhnya diharapkan dari suatu kampanye yang mencerdaskan pemilih. Maka dari itu, pendidikan politik menjadi penting agar pemilih memiliki tanggung jawab terhadap pilihannya. Sebab, orang yang dipilih itu menentukan nasib pemilihnya. Mereka akan menentukan bagaimana kesejahteraan rakyat dapat diwujudkan.

Penegasan tentang urgensi pendidikan politik '*political education*' antara lain disampaikan oleh (Gutmann, 1999:287) "... kita dapat menarik kesimpulan bahwa pendidikan politik merupakan penanaman dari berbagai nilai-nilai kebaikan, pengetahuan dan ketrampilan yang merupakan keniscayaan untuk dapat melakukan partisipasi politik – menjadi kewajiban moral utama dari berbagai tujuan pendidikan publik dalam masyarakat demokratis. Pendidikan politik menyiapkan warga Negara untuk terlibat dalam menghasilkan kesadaran masyarakat mereka dan kesadaran untuk reproduksi sosial yang ideal bukan hanya sekedar pendidikan demokrasi tetapi juga demokrasi politik".

Esensi terpenting dari pendidikan politik (*political education*) adalah pendidikan kewarganegaraan (*civic education*) untuk mengetahui tugas dan tanggung jawab sebagai warga negara atau lebih tepat lagi disebut pendidikan politik adalah pendidikan demokrasi (*democracy education*), pendidikan yang mewujudkan masyarakat demokratis, yaitu masyarakat yang bebas (*free society*)

yang hanya dibatasi oleh kebebasan itu sendiri, bukan masyarakat kolektivisme yang “terpasung” oleh atribut-atribut agama atau norma-norma budaya. Dalam konteks inilah diharapkan pendidikan politik mampu melahirkan budaya politik yang sehat, yang hingga pada akhirnya berhasil mewujudkan masyarakat demokratis yang bebas dari bias apapun.

Politik yang sehat tentu menjadi syarat utama dalam menghasilkan masyarakat demokratis tersebut. Sebab, tanpa berjalannya politik yang sehat maka tentu masyarakat demokratis atau demokrasi itu sendiri kehilangan arahnya sehingga muncullah kebebasan yang tidak terkontrol, yang pada akhirnya mencederai demokrasi itu sendiri. Di sini lah sebenarnya relevansinya pendidikan politik sebagai upaya penguatan terwujudnya masyarakat demokratis, tentu melihat ini dalam konteks demokrasi kita Yang berjalan merupakan sebuah keniscayaan dalam upaya mereorientasi pendidikan politik yang telah atau sedang berlangsung.

Pendidikan politik memiliki peran yang vital dan strategis bagi kelangsungan hidup serta regenerasi suatu organisasi politik. Melalui proses pendidikan politik anggota suatu organisasi dan warga negara pada umumnya kemungkinan memiliki sikap yang idealis di satu sisi bersikap mendukung negara-pemerintah yang sesuai dengan aspirasi rakyat serta pada waktu yang sama juga memungkinkan memiliki sikap kritis kepada kebijakan pemerintah yang tidak sesuai dengan aspirasi rakyat.

Penegasan tentang urgensi pendidikan politik (political education) dapat ditarik kesimpulan bahwa pendidikan politik merupakan penanaman nilai-nilai kebaikan, pengetahuan dan ketrampilan yang merupakan keniscayaan untuk dapat melakukan partisipasi politik menjadi kewajiban moral utama dari berbagai tujuan pendidikan publik dalam masyarakat demokratis. Pendidikan politik menyiapkan warga negara untuk terlibat menghasilkan kesadaran masyarakat mereka dan kesadaran untuk reproduksi sosial yang ideal bukan hanya sekedar pendidikan demokrasi tetapi juga demokrasi politik.

Demokrasi yang di dalamnya ada pemilu, memerlukan pemilih yang cerdas dan bertanggungjawab. Bung Hatta pernah mengingatkan, demokrasi memerlukan tingkat pendidikan rakyat, agar mampu memiliki kesetaraan untuk memilih. Dalam demokrasi tentu saja yang penting tidak hanya siapa yang akan menjadi gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati serta legislative akan tetapi bagaimana cara memilihnya merupakan hal yang lebih penting. Demokrasi yang membawa perubahan, hanya dihasilkan oleh pemelukada yang berkualitas.

Pemilu dan Pemilukada yang berkualitas hanya dapat terjadi bila pemilihnya cerdas dan bertanggungjawab pada pilihannya. Kita sangat berharap Pemilu dan Pemilukada di Indonesia bisa terselenggara secara lebih baik, sebagai sarana melakukan perubahan.

## SIMPULAN

1. Perilaku politik ala selebriti merupakan fenomena pragmatisme politik pasca reformasi, merupakan produk sosialisasi yang hadir sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku dan pilihan politik masyarakat. Masyarakat akan menjatuhkan pilihan politiknya berdasarkan informasi yang dia terima, dimana pilihan politik ini juga ternyata berkorelasi dengan kondisi lingkungan dimana masyarakat itu tinggal. Hal ini membuat pilihan politik tiap orang berbeda-beda. Pemilih yang menggunakan hak pilihnya berdasarkan informasi dan pengetahuan yang diperoleh tentang profil partai, figur caleg, serta visi dan misinya, akan tetapi juga terdapat pemilih yang menggunakan hak pilihnya meski dengan pengetahuan yang sangat minim tentang partai, caleg dan juga visi dan misinya.
2. Kedaulatan atas negara pada dasarnya ada pada rakyatnya, bukan pada segelintir orang yang hanya mengatasnamakan rakyat. Oleh karena itu, Pemerintah harus bisa menjadi subyek pemberi informasi bagi masyarakat dalam rangka pemenuhan hak-hak publik seperti hak untuk tahu (*right to know*), hak untuk diberi informasi (*right to be informed*), dan hak untuk didengar aspirasinya (*right to be heard and to be listened to*).
3. Pentingnya penguasaan EQ oleh seseorang dalam kehidupan apapun termasuk di dunia politik. Empat elemen utama EQ (Goleman; 1995) yang dimaksud adalah kesadaran tentang diri sendiri (*self awareness*), pengelolaan diri sendiri (*self management*), kesadaran sosial (*social awareness*) dan kecakapan sosial atau bermasyarakat (*social skills*). Contoh EQ adalah kemampuan berpikir positif terhadap orang lain, empati, bertanggung jawab, berinteraksi sosial, mudah menahan emosi marah dan kebencian atau pengendalian diri, kerjasama, kecakapan sosial, semangat dan motivasi, dan menghargai orang lain. Kemampuan politikus atau pemimpin bangsa dalam penguasaan EQ akan semakin lengkap lagi kalau dia memiliki SQ. Dengan SQ seseorang dapat mengefektifkan IQ dan EQ yang dimilikinya dengan rambu-rambu sistem nilai agama dan kemanusiaan. Karena itu dia mampu memaknai hidup dan kehidupan dalam konteks yang lebih luas. Misalnya keseimbangan hidup untuk dunia dan untuk akhirat. Menghargai sesama rekan kekuatan politik lainnya sebagai mahluk Tuhan. Dengan kata lain tidak berperilaku sombong dan sebaliknya selalu rendah hati. Orang seperti ini juga pandai bersyukur atas karunia Tuhan. Dan takut kepada-Nya kalau akan berbuat buruk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affan Gaffar, 1992. *Politik Indonesia: Transisi Menuju Demokrasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Asfar, Muhammad. 2006. *Pemilu dan Perilaku Memilih 1955-2004*. Surabaya: Pustaka Eureka.
- Asfar, Muhammad. Beberapa Pendekatan Dalam Memahami Perilaku Pemilih, *Jurnal Ilmu Politik*, Volume 16, Tahun 1996, Penerbit Kerja Sama Asosiasi Ilmu Politik Indonesia (AIPI) Dengan PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Budiardjo, Miriam. 2003. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia
- Goleman, Daniel. 1995. *Emotional Intelligence*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gutmann, Amy. 1999. *Democratic Education*, Princeton University Press, Princeton New Jersey.
- Huntington, Samuel P dan Joan Nelson. 1994. *Partisipasi Politik di Negara Berkembang*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Johnson, D.P. 1986. *Teori Sosiologi Klasik*. Jakarta: Gramedia
- Poloma, Margaret M. 2000. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Rogers, Everett, M, Floyd G Shoemaker tahun, 1973. *Communications of Innovation*. London: The Free Press Collier Macmillan Publisher.
- Thaha, Idris (ed). 2004. *Pergulatan Partai Politik Di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo
- Turner, Graeme, 2004, *Understanding Celebrity*, Sage, London.
- Upe, Ambo. 2008. *Sosiologi Politik Kontemporer*. Jakarta: Prestasi Pustaka.