

TRANSFORMASI SELEBRITI MENJADI POLITISI: URGENSI PERSONAL FRONT DALAM RANAH SOSIAL

Manzilatul Ni'mah

Departemen Sosiologi, Universitas Indonesia

manzila.gmashmore@yahoo.com

Abstract

This article aims to analyze the recent phenomenon of celebrities' transformation entering political arena using Bourdieu's habitus, field, and social capital theoretical framework and the role of mass media to shine celebrities as stars in the entertainment field which they use impression management to preserve their position. The subjects are Desy Ratnasari and Angel Lelga, the two phenomenal artists who recently transform to political field. This article is using qualitative approach with descriptive case study. Using Bourdieu's habitus theoretical framework, this article will begin with the explanation of habitus change from Desy Ratnasari and Angel Lelga before entering entertainment field until enter it and their transformation to political field. Within that process, there is mass media which let the society (fans) get to know them. The result is agent with more abundant capital accumulation tend to win the battle and vice versa. It explains how Desy could manage to win the votes to be a member of legislature, while votes for Angel Lelga were insufficient.

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis fenomena transformasi selebriti menjadi politisi dengan menggunakan kerangka berpikir perubahan habitus, ranah, dan modal sosial dari Bourdieu serta peran media massa dalam membuat selebriti menjadi bintang di dunia entertainment, yang mana dalam ranah entertainment itu selebriti menggunakan impression management untuk melanggengkan posisinya. Yang menjadi subyek penelitian adalah Desy Ratnasari dan Angel Lelga. Dengan menggunakan kerangka berpikir perubahan habitus, artikel ini diawali dengan penjelasan perubahan habitus Desy Ratnasari dan Angel Lelga sebelum memasuki dunia hiburan hingga memasuki dunia hiburan dan transformasinya ke dunia politik. Di tengah proses tersebut ada peran media massa yang membuat mereka menjadi "bintang" sehingga dikenal semua kalangan masyarakat. Hasil analisis artikel ini adalah agen yang memiliki alokasi modal lebih besar dan mampu mengkonversi modalnya dapat memenangkan pertarungan dan sebaliknya. Hal tersebut menjelaskan bagaimana Desy dapat berhasil memenangkan suara masyarakat untuk menjadi anggota legislatif, sedangkan perolehan suara Angel tidak dapat mencukupi.

Keywords: *Celebrity, Habitus, Impression Management*

PENDAHULUAN

Saat ini adalah abad selebritas di dunia perpolitikan Indonesia. Dari presenter hingga pemain film tingkat atas seperti Dede Yusuf, Rano Karno, dan Deddy Mizwar maju sebagai kandidat dalam pemilihan kepala daerah dan menang. Pada masa setelah reformasi, selebriti menduduki jabatan publik merupakan hal baru yang menjadi simbol keterbukaan sebuah proses pemilihan umum.

Di negara lain, fenomena selebriti menjadi politisi bukanlah hal yang baru. Dalam sejarah perpolitikan Amerika, sudah tercatat beberapa nama artis yang menduduki jabatan publik. Di antaranya, Ronald Reagan yang menjadi presiden ke-40 Amerika tahun 1981-1989 adalah seorang aktor terkenal yang juga sebelumnya menjabat sebagai gubernur California tahun 1967 - 1975, dan Arnold Schwarzenegger yang menjabat sebagai gubernur California tahun 2003 - 2011 (<http://news.yahoo.com/actors-stepped-onto-political-stage-185007614.html> diakses pada 11 Oktober 2015). Di India, Amitabh Bachchan menduduki jabatan anggota parlemen India tahun 1984 - 1987 (<http://indianexpress.com/article/entertainment/bollywood/amitabh-bachchan-will-never-go-back-to-politics/> diakses pada 11 Oktober 2015).

Di Indonesia, artis menduduki jabatan politik formal baru ada setelah reformasi. Sebelumnya, di masa Orde Lama dan Orde Baru, artis dalam dunia politik hanya berfungsi sebagai pemanis (Azis, 2004). Diawali dengan terpilihnya Dede Yusuf menjadi wakil gubernur Jawa Barat untuk periode 2008-2013 dan Deddy Mizwar untuk posisi yang sama pada periode 2013-2018 (http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2013/02/130224_westjavavoting diakses pada 11 Oktober 2015). Selain itu, juga ada Rano Karno aktor senior di tahun 1990an yang menjadi wakil bupati Tangerang pada tahun 2008-2011, kemudian menjadi wakil Gubernur Banten tahun 2012-2014 dan kemudian di tengah jabatan tersebut, ia terpilih menjadi Gubernur Banten tahun 2014-2017 untuk menggantikan Atut

yang terjejal kasus korupsi (<http://www.cnnindonesia.com/nasional/20150812143501-20-71651/rano-karno-si-doel-sah-jadi-gubernur-banten-gantikan-atut/>. diakses pada 11 Oktober 2015).

Darisejumlah data di atas, penulis melihat bahwa kecenderungan politik saat ini adalah politik elektoral membutuhkan popularitas para wakilnya untuk mendapatkan suara masyarakat karena masyarakat sudah tidak percaya dengan politisi kawakan yang sering terjerat kasus korupsi. Oleh karena itu, ditariklah artis-artis papan atas untuk menjadi wakil partai (Utomo, 2013). Namun, permasalahannya adalah bagaimana seorang artis dengan latar belakang dunia hiburan dapat memasuki dunia politik, sebuah arena yang amat berbeda dengan arena asalnya. Menduduki jabatan publik artinya berhubungan langsung dengan tim pembuat kebijakan, yang mana jabatan ini berimplikasi langsung pada masyarakat. Oleh karena itu, modal-modal lain juga harus dipunyai seorang politisi untuk menjadi wakil rakyat yang baik.

Penulis mempunyai beberapa argumen mengenai transformasi selebriti menjadi politisi. Artis apalagi perempuan identik dengan kecantikan. Secara alami, semakin tua orang menjadi tidak cantik. Sedangkan pasar dunia hiburan masih diskriminatif dengan standar kecantikan—hanya yang cantik yang diminati—secara sosiologis, artis yang cukup kalkulatif dengan masa depannya mengalami perubahan *habitus*, yaitu ketika arena hiburan tidak dapat menjamin masa depan si artis sehingga artis tersebut harus mencari ranah lain untuk mencari penghasilan. Gayung bersambut ketika kaderisasi dalam partai kurang baik sehingga tidak dapat memilih kader yang cukup kuat untuk menarik suara masyarakat. Artis meskipun tidak memiliki latar belakang politik, namun mereka telah ditampilkan oleh media sebagai sosok tertentu sehingga mempunyai popularitas tinggi yang tanpa banyak usaha mereka pun sudah terkenal di kalangan masyarakat dari kelas manapun, melebihi seorang intelektual maupun politisi handal (Utomo, 2013).

Oleh karena itu, artikel ini hadir untuk mengisi kekosongan studi sosiologi politik mengenai selebriti menjadi politisi dengan menjelaskan perubahan *habitus* selebriti, peran media massa dalam menampilkan selebriti menjadi seorang bintang, serta konversi modal oleh selebriti untuk mendapatkan posisi di arena politik.

(*Habitus* x modal) + ranah = praktik adalah kerangka teoritik Pierre Bourdieu. Bourdieu adalah seorang sosiolog Prancis yang pemikirannya banyak dipengaruhi oleh Strauss dan Sartre (Harker, dkk, 2010). *Habitus* adalah struktur mental atau kognitif yang dengannya seseorang menjalani kehidupan di dunia sosial. *Habitus* terbentuk dari pengalaman individu berhubungan dengan individu lain dalam suatu jaringan struktur obyektif yang ada pada ruang sosial (Bourdieu dalam Ritzer, 2010).

Ranah merupakan arena kekuatan yang di dalamnya terdapat upaya untuk memperebutkan sumber daya (modal) dan juga demi memperoleh akses tertentu yang dekat dengan hierarki kekuasaan. Tidak saja sebagai arena kekuatan-kekuatan, ranah juga merupakan *domain* perjuangan seorang aktor memperebutkan posisi-posisi di dalamnya. Posisi tersebut ditentukan oleh alokasi modal yang dimiliki oleh aktor yang ada di ranah tersebut. Dari sini, kita dapat melihat bahwa hierarki dalam ruang sosial tergantung pada seberapa besar modal yang dimiliki oleh aktor dan struktur modal itu sendiri (Fashri, 2014; Ritzer, 2010).

Bourdieu menjelaskan bahwa ada beberapa jenis modal yang tersebar dalam ranah sosial, yaitu modal ekonomi, modal budaya, modal sosial, dan modal simbolik (Fashri, 2014; Ritzer, 2010). Modal ekonomi mencakup alat-alat produksi (mesin, tanah, buruh), materi (pendapatan dan benda-benda) dan uang yang dengan mudah digunakan untuk segala tujuan serta diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Modal budaya adalah keseluruhan kualifikasi intelektual yang dapat diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga. Termasuk modal budaya antara lain kemampuan menampilkan diri di depan publik, pemilikan benda-benda

budaya bernilai tinggi, pengetahuan dan keahlian tertentu dari hasil pendidikan, juga sertifikat (gelar kejarjanaan). Modal sosial menunjuk pada jaringan sosial yang dimiliki pelaku dalam hubungannya dengan pihak lain yang memiliki kuasa. Sedangkan modal simbolik adalah segala bentuk prestise, status, otoritas, dan legitimasi. Semakin besar seseorang mengakumulasi modal tertentu maka semakin besar pula peluang untuk mengkonversi antar modal (Fashri, 2014; Ritzer, 2010; Utomo, 2003).

Selebriti dan Media Massa

Dalam setiap masyarakat pasti terdapat seseorang yang luar biasa menarik perhatian masyarakat (Alberoni, 1972). Salah satunya adalah orang yang perilaku dan gaya hidupnya sangat *distinct* sehingga menarik perhatian masyarakat dan membuat masyarakat mengikutinya. Mereka adalah selebriti dan penggemarnya (masyarakat). Selebriti telah menjadi pusat perhatian masyarakat karena favorabilitas, kepribadian, reputasi, serta kisah masa lalunya (Hunter et al. Dalam Driessens, 2013). Hal itu dapat terjadi karena ada media yang selalu menyorotnya sehingga ia menjadi terkenal dan *distinct* daripada orang lain.

Termasuk masuknya selebriti dalam dunia politik, media massa mempunyai pengaruh yang cukup besar. Haryati (2013) menyatakan bahwa media massa menjadi sarana penghubung tokoh politik dengan calon konstituennya. Secara sistem sosial mengenai hubungan selebriti di arena publik, setiap anggota masyarakat mengetahui perihal selebriti tersebut, namun selebriti tidak mengetahui individu yang mengidolakannya. Hal ini karena kepopuleran seseorang itu tergantung pada sorotan media. Lebih jauh lagi dapat dikatakan bahwa selebriti telah menjadi elit di ranah *public sphere*, yaitu tempat dimana opini publik dan perilaku masyarakat dibuat (Habermas dalam Giddens, 2005) sehingga apa yang dilakukan selebriti juga mempengaruhi perilaku masyarakat.

Impression Management

Impression management adalah konsep yang dicetuskan oleh Erving Goffman menanggapi pertentangan antara “I” (diri kita sebenarnya) dan “me” (tuntutan sosial atas diri kita). Pertentangan ini muncul karena ada perbedaan antara apa yang diharapkan masyarakat atas kita dan apa yang sebenarnya ingin kita lakukan. Untuk menjaga kestabilan *self-image*, orang akan menampilkan kesan tertentu untuk audiensnya. Inilah yang disebut dramaturgi, yakni bahwa sebenarnya apa yang ditampilkan aktor di depan audiens adalah seperti penampilan drama (Ritzer, 2010).

Dari sini kita juga mengenal konsep *frontstage* dan *backstage*. Panggung depan (*frontstage*) adalah bagian dari penampilan yang berfungsi umum untuk mendefinisikan situasi. Di *frontstage* ada *setting* dan *personal front*. *Setting* adalah tempat fisik yang harus ada untuk tampil. Seseorang yang akan tampil di *setting* tertentu sebagai bagian dari penampilan mereka. Seorang aktor tidak dapat tampil sampai mereka membawa dirinya sesuai *setting* tersebut. Misalnya, jika mau operasi, maka harus ada ruang operasi, rumah sakit, taksi, dan lain-lain. Sedangkan *personal front* itu meliputi benda-benda untuk mengekspresikan penampilan, sehingga audiens tahu apa yang akan dilakukan aktor. Misalnya, seorang dokter bedah harus memakai baju bedah (*clothing*), ekspresi wajah serius memegang gunting bedah (*bodily gesture*) dan sebagainya. *Personal front* dibagi menjadi dua, yaitu penampilan dan sikap/gaya. Penampilan ini digunakan untuk menampilkan status sosial aktor, kebiasaan aktor, pekerjaan, dan sebagainya. Sedangkan sikap/gaya digunakan untuk menginformasikan lawan mainnya mengenai apa yang akan dilakukan si aktor. Sedangkan *backstage* adalah tempat dimana fakta disembunyikan dari *frontstage* atau tempat dimana mungkin *informal action* akan muncul. Jika *backstage* tersebut muncul selama penampilan, maka sisi buruk aktor akan muncul dan kepercayaan atas aktor akan menghilang serta keadaan memalukan adalah hasilnya. Aktor tidak

pernah mau audiens melihat sisi *backstage* si aktor, oleh karena itu sedapat mungkin *impression management* dilakukan (Ritzer, 2010; Goffman, 1959).

METODE

Metode penelitian yang akan digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif dengan studi kasus. Metode penelitian kualitatif berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya. Sehingga, penelitian kualitatif biasanya sangat memperhatikan proses, peristiwa dan otentisitas data. (Somantri, 2005; Cresswell, 1994).

Kasus yang dibahas dalam artikel ini adalah Desy Ratnasari dan Angel Lelga dimana mereka adalah dua orang artis yang sama-sama terjun di bidang politik. Dari sini, penulis akan menganalisis perubahan *habitus* kedua artis tersebut dari sebelum menjadi artis, saat menjadi artis, dan saat masuk ke dunia politik. Disini juga akan dibahas peran media yang menyorot artis tersebut sehingga menjadikan kedua artis tersebut elit dalam dunia *entertainment*. Serta akan dibahas mengenai *impression management* yang dilakukan artis untuk melanggengkan posisinya di ranah tersebut.

Data diambil melalui studi dokumen berupa koran *online* serta dokumen pribadi berupa daftar riwayat hidup artis yang terkait, dan juga melalui studi audio-visual rekaman wawancara mendalam artis tersebut di stasiun televisi nasional. Ada tujuh rekaman video yang digunakan peneliti, yaitu program Satu Jam Lebih Dekat dengan Angel Lelga yang tayang di TVONE tanggal 15 Februari 2014, Satu Jam Lebih Dekat dengan Desy Ratnasari yang tayang di TVONE tanggal 15 November 2014, program Jejak Bintang: Desy Ratnasari dan Jejak Bintang: Angel Lelga, Kata Hati: Desy Ratnasari, Kata Hati: Angel Lelga, serta program Mata Najwa bertajuk Gengsi Merebut Kursi dengan narasumber Angel Lelga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Desy Ratnasari ke Ranah Entertainment

Desy Ratnasari adalah seorang perempuan kelahiran Sukabumi, 12 Desember 1973. Dalam wawancara Kata Hati Desy Ratnasari, Desy bercerita bahwa saat berusia empat belas tahun, ia iseng-iseng mengisi formulir pemilihan gadis sampul. Di ranah *pra-entertainment* sebagai awal dari analisis ini, Desy sebagai gadis kampung biasa mempunyai keinginan untuk meningkatkan status sosial dengan menggunakan modal fisik, yaitu kecantikan. Lalu muncul institusi *entertainment* membuka kesempatan untuk menjadi gadis sampul. Desy mengambil kesempatan tersebut. Lalu keinginan Desy didukung oleh institusi pendidikan (sekolah) dan institusi keluarga dalam bentuk izin untuk mengikuti pemilihan gadis sampul tersebut. Kepada dua institusi itu Desy memberikan balasan modal simbolik dalam bentuk prestise. Maksudnya jika Desy berhasil mendapatkan posisi dalam ranah *entertainment* itu, sekolah dan keluarganya pun akan mendapatkan nama baik.

Proses pemilihan berlanjut dan berakhir dengan kemenangan Desy sebagai juara II gadis sampul. Kemenangan ini adalah awal masuknya Desy di dunia *entertainment*. Desy yang awalnya gadis kampung, sedikit demi sedikit bertransformasi menjadi artis ibukota. Kelas sosialnya di masyarakat pun naik.

Modal kultural Desy semakin terakumulasi ketika setelah menjadi model, Desy mendapat tawaran menjadi pemain film sebagai figuran. Selain bermain film dan sinetron Desy juga mencoba dunia tarik suara. Beberapa sinetron yang dibintanginya sempat pindah lokasi syuting ke Sukabumi demi mengikuti jadwal Desy Ratnasari. Secara pribadi, guru dan keluarganya sepakat bahwa Desy adalah orang yang *multi-talented* dan pintar secara akademik. Dia bahkan tidak pernah mau absen dan selalu mendapat juara di kelasnya.

Mengenai kesuksesannya di berbagai bidang, dalam wawancara "Satu Jam

Lebih Dekat Bersama Desy Ratnasari", ia menyatakan bahwa hal itu hanya kebetulan semata karena sudah menjadi prinsip Desy untuk menjalankan sesuatu dengan terbaik. Namun, secara sosiologis di dalam ranah *entertainment*, modal fisik adalah yang paling utama. Desy dikenal sebagai ikon kecantikan asli Indonesia. Sedangkan modal kultural seperti kecerdasan dan keterampilannya berakting hanya pendukung. Modal fisik sebagai modal yang paling penting dalam ranah *entertainment* adalah temuan dalam penelitian ini. Bourdieu melewati pentingnya modal fisik dalam ranah sosial. Kecantikan bisa membuat artis banyak mendapat tawaran berakting sehingga mengakumulasi modal ekonomi dalam bentuk *honor acting* dan disorot media sehingga mengakumulasi modal simbolik dalam bentuk popularitas. Semakin banyak disorot artis akan semakin bersinar dan dikenal. Desy sendiri pernah menjadi artis dengan bayaran paling mahal di tahun 1990an.

Perpindahan *habitus* Desy Ratnasari dari gadis kampung biasa menjadi seorang selebritis terkenal tentu saja membawa perubahan pada seluruh bidang kehidupannya. Salah satunya adalah masuknya media ke dalam kehidupan Desy Ratnasari. Karena konsekuensi menjadi artis, media pun ikut campur ke dalam kehidupan pribadinya. Termasuk saat dia menikah dengan teman masa SMP yang hanya bertahan sampai satu tahun. Media sebagai agen penguasa *public sphere* dan membentuk opini publik mengekspos berita tersebut dan memunculkan wacana sosial (gosip) di masyarakat.

Hal tersebut dapat diterima karena selebriti adalah bagian dari elit masyarakat yang mana gaya hidup serta perilakunya menarik perhatian masyarakat. Masyarakat juga membahas gosip tersebut. Di dunia maya muncul *thread* diskusi mengenai kehidupan pribadi Desy di forum.detik.com. Forum.detik.com sendiri sebuah fitur dari detik.com—sebuah media massa *online*—yang memfasilitasi diskusi *online* antar fans. Sesuai dengan konsep media massa yang dinyatakan oleh Alberoni (1972) bahwa

setiap individu mengenal elit/artis, selalu membicarakan tindakannya namun si elit/artis mungkin tidak mengenal individu yang mem bahas nya. Begitupun Desy mungkin saja tidak mengetahui diskusi di masyarakat dalam forum *online* tersebut.

Media kembali masuk ke kehidupan Desy Ratnasari ketika ia menikah kedua kalinya dengan seorang manajer. Lalu, Desy juga harus bersinggungan dengan media karena ia kembali bercerai dari suami keduanya. Meskipun media dan masyarakat terus menerus mendesak untuk mencari tahu keadaan sebenarnya, Desy tidak pernah mau memberikan penjelasan di media. Berita-berita negatif dari media tersebut dapat ditutupi dengan sejumlah prestasi yang ditorehkan. Diantaranya dinominasikan sebagai pelakon pembantu wanita di Festival Film Bandung tahun 2007, aktris wanita berpengalaman versi Majalah Marketing Award tahun 2003, dan sebagai aktris wanita dengan *image* baik tahun 2003. Selain itu, Desy juga pernah menjadi artis dengan bayaran paling tinggi di tahun 1990an, masa-masa kejayaan Desy di dunia *entertainment*.

Perubahan Habitus dan Impression Management Dessy Ratnasari

Ketika sudah masuk di ranah *entertainment* maka teori Goffman lah yang bekerja. Goffman (1959) menyatakan bahwa seorang aktor tidak dapat memulai penampilannya sampai mereka menyesuaikan diri dengan *setting* yang ada. Dalam bahasa Bourdieu, ini adalah perubahan *habitus* karena perubahan *arena*, seseorang akan menyesuaikan diri dengan *habitus* di *arena* yang ditempati. Perubahan *habitus* pertama kali dialami Desy saat ia terpilih menjadi finalis gadis sampul dan diinapkan di hotel berbintang lima. Ternyata seperti konsep *habitus* yang dikemukakan oleh Bourdieu bahwa *habitus* adalah struktur mental atau kognitif yang terbawa dari proses yang berulang di masa lalu, Desy di hotel tersebut masih membawa *habitus* asalnya. Dia tidak mengetahui bahwa selimut dan fasilitas lain adalah untuknya, namun setelah beberapa hari tinggal di hotel tersebut ia mulai menyesuaikan diri dengan

habitus baru tersebut dan mulai mengetahui apa yang harus dilakukan ketika menginap di hotel.

Dari pengalaman pertama hingga ia melejit menjadi artis terkenal tentu saja banyak perubahan dalam gaya hidupnya. Sebelum menjadi artis, gaya hidup Desy mungkin biasa saja seperti masyarakat biasa namun setelah menjadi artis, gaya hidup ini berubah. Di dalam dunia *entertainment* memang ada *subculture* sendiri. Budaya masyarakat biasa tidak dapat berlaku disini. Misalnya cara berpakaian. Selebriti di depan panggung tidak mungkin menggunakan pakaian biasa. Mereka harus menggunakan barang-barang bermerk karena itu memang yang membedakan mereka dari masyarakat biasa. Bourdieu juga membahas ini dan menyebut fenomena ini *distinction*, yakni perbedaan selera yang dipilih untuk menunjukkan dimana kelas sosial seseorang. Dalam bahasa Goffman, ini adalah bentuk dari *impression management* untuk mendapatkan kesan seperti itulah gaya hidup selebriti.

Contoh lainnya adalah sejak menjadi artis, menurut data dari forum.detik.com(2012), Desy tidak memperbolehkan suaminya makan di sembarang tempat. Tempat makan yang dipilih harus restoran mahal. Restoran mahal ini secara sosiologis bukan tempat biasa, namun ia adalah simbol bagi golongan kelas atas karena tidak semua kelas dapat membelinya. Sikap—atau *manner* menurut bahasa Goffman—Desy yang memilih restoran mahal, secara sosiologis menunjukkan bahwa dirinya bukan lagi di ruang sosial kalangan bawah, ia memiliki gaya makan tersendiri yang membedakan dia dari kelas di bawahnya. Contoh lainnya adalah preferensi terhadap tempat untuk melahirkan. Di pernikahan keduanya, Desy memilih untuk melahirkan di Singapura. Melahirkan di luar negeri tentu saja tidak semua kalangan kelas dapat melakukannya. Pulang pergi harus naik pesawat, biaya perawatan rumah sakit luar negeri yang mahal, dan biaya hidup di luar negeri juga mahal. Selera yang dipilih ini secara sosiologis juga digunakan untuk mendapatkan kesan sebagai artis/ elit kelas atas.

Pilihan gaya hidup yang sangat hedonis dan materialis itu sangat dramaturgi. Itu adalah *front stage* yang ditunjukkan oleh selebriti untuk mendapatkan kesenangan hidup selebriti yang super *jetzet*. Dalam dramaturgi ini ada keinginan untuk meningkatkan status mereka. Itu menunjukkan bahwa panggung depan (*frontstage*) bukan hanya untuk tampil, tetapi juga untuk menunjukkan status sosial mereka.

Gaya hidup yang *distinct* itu semakin menjadi spesial karena sorot media. Oleh media massa, selebriti disebut sebagai bintang / *star* yang merupakan simbol untuk sesuatu yang bersinar. Selebriti didukung menjadi bersinar ketika gaya hidup selebriti diekspos oleh media massa seperti Silet, Insert, dan program berita *entertainment* lainnya. Seorang artis dengan modal simboliknya mampu menunjukkan sistem simbol yang dominan sehingga membuat masyarakat kelas di bawahnya (*fans*) menetapkan gaya hidup artis itu sebagai gaya hidup panutan. Para penggemar tidak segan memakai baju yang sama dengan artis idolanya, memakai *make-up* yang sama, dan sebagainya. Di sisi lain ini menunjukkan bahwa si artis ini telah menjadi ikon karena hal tersebut.

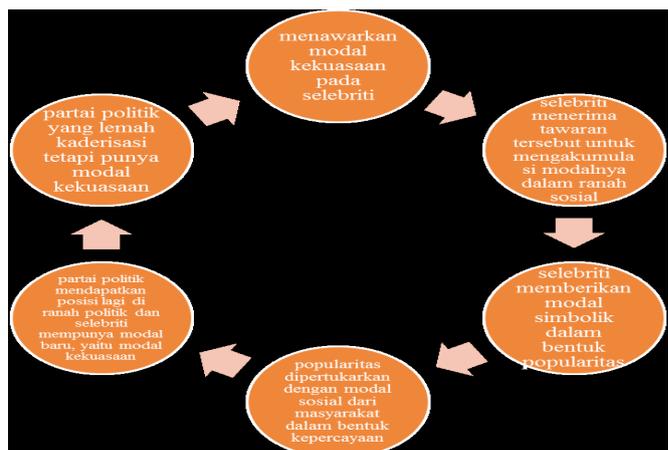
Jika kita lihat lebih mendalam dalam hubungan antara selebriti dan media massa terdapat hubungan mutual, yaitu selebriti membutuhkan panggung (ekspos media) dan media massa membutuhkan berita untuk dijual. Jika media hanya memberitakan masyarakat biasa, tentu saja tidak laku karena mereka bukan ikon apapun. Berbeda ketika artis yang menjadi berita, karena gaya hidupnya sudah menjadi panutan dan berita mengenai selebriti sudah dinanti-nantikan oleh masyarakat, maka beritanya akan laku. Selebriti juga mendapat keuntungan ketika dirinya makin bersinar sehingga modal simboliknya semakin terakumulasi. Dia menjadi semakin terkenal dan semakin laku di dunia *entertainment*.

Desy Ratnasari oleh media massa digambarkan sebagai ikon selebriti yang baik-baik juga ikon kecantikan asli Indonesia. Ia di masa ketenarannya sering muncul di televisi baik sebagai pemain film, pemain

sinetron, bintang iklan, maupun penyanyi. Ini dapat terjadi karena budaya di dunia *entertainment*, seseorang yang sudah terkenal baik pasti akan membawa keuntungan pada obyek yang dipakainya. Oleh karena itu, ia sering dipakai keahliannya untuk membintangi produk-produk *entertainment* hingga ia mendapat predikat sebagai artis dengan bayaran paling tinggi. Untuk kasus Desy, ia dapat mengakumulasi modal simbolik dan modal ekonomi dengan baik. Dengan dukungan fans dan finansial, secara sosiologis dapat dimanfaatkan artis sebagai alat untuk melanggengkan kekuasaannya di dunia keartisan atau dapat juga dimanfaatkan sebagai pendukung di arena lainnya, di dunia politik misalnya.

Konteks politik yang penuh dengan persaingan mengharuskan selebriti untuk mempertarungkan simbol-simbol yang dimiliki sebagai modal utamanya untuk mencapai posisi yang diinginkan di ranah politik. Strategi yang dapat dilakukan salah satunya dengan sering tampak di televisi. Menjelang pemilihan, Desy sering tampil di acara wawancara mendalam di televisi-televisi swasta. Salah satunya video rekaman wawancara tersebut, penulis gunakan sebagai data primer penulisan ini. Secara sosiologis, itu dapat dimengerti sebagai upaya sosialisasi kepada masyarakat luas agar masyarakat mengenal dirinya sehingga dapat digunakan juga sebagai alat untuk meningkatkan popularitas dan elektabilitasnya di ranah politik.

Transformasi Desy Ratnasari Ke Dunia Politik



Salah satu partai yang sering menjadikan selebriti sebagai kandidat calon legislatifnya adalah Partai Amanat Nasional. Desy Ratnasari berhasil didekati oleh Adhyaksa Dault, Menteri Pemuda dan Olahraga di Kabinet Indonesia Bersatu. Adhyaksa melihat Desy berbakat untuk masuk ke dunia politik. Dilihat dari cara berbicara, kecerdasan, dan popularitasnya, Adhyaksa akhirnya mendorong Desy untuk ikut berpolitik. Awalnya, Desy ragu karena merasa belum familiar dengan dunia politik. Namun, di sisi lain dia memiliki keinginan yang besar untuk membantu masyarakat.

Selama enam bulan, Adhyaksa membujuk dan meyakinkan Desy Ratnasari untuk masuk ke dunia politik. Untuk meyakinkan Desy, Adhyaksa dan tim bahkan sampai membuat survei di Sukabumi. Dalam survei tersebut, Adhyaksa berperan sebagai surveyor dan Desy berperan sebagai klien—meskipun sebenarnya Desy belum mengetahui mengenai survei tersebut. Survei ini dilakukan untuk mengetahui tingkat popularitas dan tingkat elektabilitas klien. Riset pasar terhadap tokoh politik ini dilakukan seperti layaknya riset pasar sebuah produk atau jasa. Dari survei tersebut, masyarakat menjawab nama Desy Ratnasari. Adhyaksa dan tim lalu menunjukkan data tersebut, mempresentasikannya di depan Desy dan akhirnya Desy menerima tawaran tersebut karena memang masyarakat ingin mendukungnya. Setelah itu, melalui Adhyaksa, Desy dikenalkan kepada Hatta Radjasa, ketua umum Partai Amanat Nasional. Desy akhirnya mendaftarkan diri menjadi calon anggota legislatif dari Daerah Pilihan IV Jawa Barat yang mencakup kabupaten Sukabumi. Disitu dapat dilihat bahwa Desy memasuki dunia politik karena jaringan sosial yang dimilikinya (modal sosial).

Saat kampanye, tentu saja butuh modal ekonomi yang cukup banyak. Di acara “Satu Jam Lebih Dekat” Desy mengungkapkan bahwa ia mengeluarkan uang mencapai satu milyar untuk kampanye, itu termasuk biaya operasional dan biaya printilan lainnya. Namun, yang dilaporkan ke KPU hanya enam

ratus lima puluh juta hingga tujuh ratus lima puluh juta rupiah. Data yang berbeda penulis temukan di situs tempo.com bahwa Desy hanya menyumbang sekitar empat ratus sebelas juta rupiah. Namun, berapapun besarnya uang kampanye tersebut, Desy mengaku bahwa itu dikeluarkan semua dari tabungan pribadinya. Disitu dapat dilihat bahwa kepemilikan modal Desy Ratnasari memang cukup tinggi.

Jika dilihat dari modal budaya, Desy Ratnasari juga mempunyai *track-record* latar belakang pendidikan yang baik. Dari keluarganya memang mendorong Desy untuk mengutamakan pendidikan daripada karir. Salah satu janji Desy saat masuk dunia *entertainment* adalah di dapat menyelesaikan S1. Bahkan capaiannya sekarang Desy lulus S1 Psikologi dari Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta. Lalu melanjutkan S2 di Psikologi Terapan Universitas Indonesia dan S2 Psikologi Profesi Universitas Katolik Atma Jaya, Jakarta (<http://dct.kpu.go.id/index.php?go=dct-dpr&partai=08>. Diakses pada 6 November 2015). Atas capaiannya tersebut, Desy Ratnasari mendapatkan gelar S.Psi., M.Si., M.Psi. di belakang namanya. Selain itu, ia juga menjadi dosen Psikologi di Universitas Atmajaya. Dari sini kita dapat melihat bahwa tingkat modal budaya yang dimilikinya cukup tinggi. Selain itu, kemampuan untuk tampil di depan khalayak ramai juga sudah tidak diragukan lagi karena ia sudah sering menghadapi media di masa lalu.

Jika dilihat dari modal simbolik, dapat terlihat dari ketenaran yang dimilikinya. Tak diragukan lagi, hampir seluruh penduduk Indonesia mengenal Desy Ratnasari. Dia sudah malang melintang dalam dunia hiburan Indonesia sejak tahun 1988 (<http://suaramasa.com/desy-ratnasari-ikon-kecantikan-wajah-indonesia-asli-terjun-ke-politik/>. Diakses pada 6 November 2015). Selama masa keartisannya, ia sudah mendapat beberapa penghargaan, di antaranya:

1. Nomine Pelakon Pembantu Wanita Festival Film Bandung (Sinetron Putri), 2007
2. Aktris Wanita Berpengetahuan – Majalah Marketing Award, 2003

3. Aktris Wanita dengan Image Baik (ProtGONI) – Majalah Marketing Award, 2003.

Menurut Bourdieu, posisi aktor dalam ranah ditentukan oleh akumulasi modal yang dimiliki oleh aktor tersebut. Semakin banyak modal yang dimiliki, maka semakin tinggi pula posisi aktor dalam ranah. Melihat alokasi modal Desy Ratnasari yang cukup tinggi di semua kategori modal, maka tidak heran jika ia berhasil mendapatkan banyak suara sehingga dapat memenangkan pemilihan legislatif. Karena selain dia cantik, pintar, dapat berorasi, dan terkenal, dia juga mempunyai kemampuan untuk menggerakkan warga Sukabumi untuk memilihnya. Sekarang, Desy sudah menjabat sebagai anggota DPR RI di komisi VIII.

Tranformasi Angel Lelga ke Ranah Entertainment

Angel Lelga yang mempunyai nama asli Angel Lelga Anggreyani lahir di Pontianak, 20 Juni 1977 (<http://dct.kpu.go.id/index.php?go=dct-dpr&partai=09>). Diakses pada 6 November 2015) Berdasarkan wawancara di “Kata Hati Angel Lelga”. Masa lalu Angel Lelga adalah anak ketiga dari lima bersaudara, semuanya perempuan. Dapat dibilang bahwa dulu keluarganya adalah keluarga berada. Angel mengatakan bahwa melihat uang itu seperti melihat tempat tidur. Namun, keadaan berubah saat usaha ayahnya jatuh. Terbiasa dengan keadaan serba ada, Angel harus memulai perjuangan berat di usia yang masih muda. Pertama, perceraian orang tua. Kedua, Angel dan adik-adiknya sempat putus sekolah karena tidak mempunyai biaya. Akhirnya tiba suatu kesempatan dimana ia memboyong kakak adik dan ibunya ke luar kota. Saat itu Jakarta adalah tempat mengadu nasib yang paling menjanjikan.

Angel memboyong keluarganya ke Jakarta. Jangankan membayangkan naik pesawat, karena naik kapalpun ia tidak dapat membayar tiketnya. Angel sendiri bilang kepada petugas di kapal kalau ia dan keluarganya ingin numpang di kapal ke Jakarta namun tidak dapat membayar.

Petugas kapal yang baik itu mengizinkan keluarga Angel menumpang di kapal dan duduk di bawah tangga dek yang hanya beralaskan kardus. Di tengah perjalanan, Angel yang sedang terpuruk merenungi nasibnya. Ia memikirkan apa yang akan ia lakukan di Jakarta. Akhirnya dia bernazar bahwa di Jakarta harus menjadi orang kaya dan terkenal.

Latar belakang masuknya Angel ke dunia *entertainment* kurang lebih sama dengan Desy, yaitu dorongan untuk meningkatkan status di masyarakat. Modal yang digunakan juga sama, yaitu modal fisik dalam bentuk kecantikan. Modal kecantikan itu diasah lagi oleh Angel dengan mendaftar di sekolah kepribadian John Robert Powers, sekolah kepribadian yang cukup terkenal di masa itu. Disana ia belajar melenggak lenggok. Merasa salah kelas, Angel bertanya pada gurunya, Pierre Gruno, apakah sekolah kepribadian seperti ini pelajarannya.

Lalu, Pierre Gruno menjelaskan bahwa ia salah kelas, kelas yang baru ia masuki adalah sekolah *modelling*. Namun, setelah selesai kelas Pierre tidak membiarkan Angel pergi ke sekolah kepribadian. Katanya, Angel masih muda dan mempunyai bakat menjadi model. Setelah menjalani proses belajar, Pierre Gruno melihat bakat *modelling* yang terpendam pada Angel Lelga dan mengenalkan Angel pada Adjie Notonegoro, pakar *modelling* saat itu. Bersama Adjie, Angel terpilih menjadi ikon model kaos di Singapura. Jadi, Angel memulai karir *modellingnya* langsung di tingkat internasional.

Setelah terpilih menjadi ikon model internasional, Angel mengalami perubahan habitus yaitu gaya hidup glamor serta mendapatkan akumulasi berbagai jenis modal, di antaranya modal ekonomi dan modal simbolik sekaligus. Dunia *modelling* sarat dengan kehidupan yang glamour yang secara biaya itu tidak murah. Tetapi di sisi lain wajah Angel sering menghiasi majalah-majalah *fashion* karena menjadi *cover model* sehingga ia menjadi terkenal. Ketika menjadi terkenal, ia harus mulai memperhatikan apa yang ia kenakan dan ia juga harus mulai tahu bagaimana berbicara di depan publik.

Masuknya Angel ke dunia *entertainment* Indonesia adalah ketika Rhoma Irama sedang mencari lawan main di sinetron terbarunya, yaitu Ibnu Sabil. Angel dikenalkan kepada Rhomavia fotomajalah dimana Angel menjadi modelnya. Rhoma merasa cocok dan segera menghubungi Angel untuk bermain sinetron. Di hari ke tujuh syuting, Angel dibawa Rhoma ke suatu tempat untuk bertemu seseorang. Ternyata di saat itu Angel diislamkan dan menjadi istri siri Rhoma Irama. Dulu Angel tidak mengetahui bagaimana citra Rhoma di masyarakat Indonesia. Ternyata setelah menikah ia tahu bahwa Rhoma adalah sosok besar di masyarakat Indonesia, yaitu raja dangdut dan ustadz.

Angel pertama kali diekspos media karena pernikahan sirinya dengan Rhoma Irama. Tak lama setelah itu, media massa Indonesia kembali heboh karena perceraian Angel dari Rhoma. Sehingga, citra yang pertama kali terbentuk oleh media tersebut adalah Angel merupakan artis yang suka mencari sensasi, sebuah citra yang buruk yang terbentuk oleh media.

Berbeda dengan Desy Ratnasari yang mungkin juga mempunyai cerita buruk dalam kehidupannya tapi ia mampu menyembunyikan kasus tersebut. Saat ada survey ke masyarakat mengenai apa yang masyarakat tau tentang Angel, kebanyakan masyarakat menjawab bahwa Angel yang mereka kenal adalah janda dari Rhoma Irama. *Image* itu bahkan masih melekat sampai sekarang.

Setelah itu, Angel mencoba dunia tarik suara dan menjadi penyanyi dangdut meskipun akhirnya ia kurang populer dengan statusnya sebagai penyanyi. Setelah itu, media massa kembali memberitakan Angel ketika ia berseteru dengan sesama penyanyi dangdut, Machicha Muchtar. Berita ini memperkuat citra Angel sebagai artis yang banyak sensasi. Setelah itu, Angel menjadi pemain film horor, yang mana citra film horor saat itu adalah banyak adegan tak senonoh. Selain itu, Angel juga menghebohkan media lagi saat ada pemberitaan ia menjadi istri siri seorang pejabat. Pemberitaan-pemberitaan itu semakin mencemarkan namanya dan citra

Angel semakin buruk di dunia *entertainment*. Dari data tersebut, kita dapat melihat bahwa media massa sangat berpengaruh pada pembentukan opini publik dan citra artis terkait. Yang mana, baik dan buruknya juga berimbas pada artis terkait.

Perubahan *Habitus* dan *Impression Management* Angel Lelga

Sama halnya dengan Desy Ratnasari, perubahan Angel dari bukan siapa-siapa menjadi seorang model hingga menjadi bintang di dunia *entertainment* tentu menyebabkan *habitusnya* juga berubah. Perubahan *habitus* karena berubahnya arena panggung memang diperlukan karena seorang aktor harus menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. Dalam bahasa Bourdieu itu adalah perubahan *habitus*, dan dalam bahasa Goffman itu adalah pendefinisian situasi untuk *impression management*. Jika dilihat dari kelas sosial Angel di masa lalu, sebagai orang yang terlahir di kelas sosial atas dan tiba-tiba jatuh ke kelas bawah artinya Angel harus *deal* dengan lebih banyak arena sosial dibandingkan Desy. Di kelas atas, Angel melihat uang sebagai sesuatu yang biasa. Namun, ketika ia tinggal di kelas bawah ia harus menerima kenyataan untuk tidak bersekolah karena tak mampu membayar biayanya dan bahkan ia tak mampu membayar tiket kapal yang ia naiki untuk pindah ke Jakarta.

Seseorang yang mengalami perubahan ekstrim dalam hidupnya cenderung mempunyai motivasi besar untuk memperbaiki kehidupannya, misalnya Angel Lelga. Setelah sampai di Jakarta, ia bekerja keras dan akhirnya berbuah hasil saat ia dikirim ke Singapura untuk menjadi model kaos. Sejak menjadi model, Angel sering tampil dengan baju-baju bermerk yang mahal serta dandanan yang sesuai statusnya. Selain karena tuntutan pekerjaan, hal itu memang dilakukan untuk menunjukkan status model sebagai kelas atas di ranah sosial. Pakaian bermerk yang digunakan Angel tidak hanya sekedar pakaian, namun, itu adalah simbol pancaran dunia permodelan. Selain itu, oleh

media massa Angel sering diwawancarai untuk menunjukkan barang-barang bermerk koleksinya. Artinya, media yang menyorot hal ini mendukung untuk menunjukkan status “bintang” seorang Angel. Dari sinilah modal simbolik Angel sebagai “bintang” mulai terpancar sehingga saat ia memasuki dunia *entertainment* Indonesia, Angel sudah *deal* dengan *subculture* selebriti sehingga ia tidak kesulitan mengatur penampilannya. Ia sudah *deal* dengan gaya hidup hedonis dan materialistis dunia *entertainment* yang sangat dramaturgi.

Di *frontstage*, Angel yang latar belakangnya seorang model, ia tau apa yang harus dikenakan. Ini menunjukkan ia berhasil melakukan *impression management* untuk menunjukkan statusnya sebagai artis. Namun, menurut analisis penulis, Angel kurang dapat mengatur dirinya di *backstage*. Hal ini dapat dilihat pada kasus dimana ia cenderung terbuka dan tidak menutup-nutupi kehidupan pribadinya. Menurut Goffman (1959), *backstage* adalah tempat dimana rahasia-rahasia dan sisi buruk aktor disembunyikan. Jika ini muncul di *frontstage*, maka akan memalukan si aktor. Untuk kasus Angel Lelga, ia terlihat cenderung membuka sendiri *backstage* kehidupannya. Ia selalu menanggapi berita buruk yang dibuat oleh media seperti pada perseteruannya dengan Machicha Muchtar maupun berita pernikahan siri dengan pejabat. Hal ini menimbulkan citra buruk melekat pada dirinya. Sebelumnya ia juga mendapat *image* buruk sebagai janda Rhoma Irama—raja dangdut yang sering poligami dan Angel pun mau menjadi istri siri poligami. Berbeda dengan Desy, ia memang menikah, cerai, dan menjadi janda, namun ia tidak dipoligami dan tidak membiarkan isu ini menyebar di media dengan cara “No Comment”.

Sebagaimana Desy Ratnasari, sebelum memasuki masa pemilihan, Angel juga sering muncul di televisi untuk wawancara mendalam. Dalam wawancara tersebut, Angel mengklarifikasi semua berita di masa lalunya. Hal ini secara sosiologis dapat dilihat sebagai upaya *impression management* juga untuk mengubah persepsi masyarakat

mengenai dirinya. Selain itu, itu juga dapat dimengerti sebagai upaya peningkatan popularitas dan elektabilitas. Harapannya itu dapat dikonversi menjadi modal sosial berupa dukungan masyarakat di dalam pemilihan legislatif.

Transformasi Angel Lelga Ke Dunia Politik

Angel Lelga dalam sebuah wawancara dengan Najwa Shihab mengakui bahwa keikutsertaannya dalam pemilihan legislatif berasal dari tawaran langsung ketua Partai Persatuan Pembangunan yang mengusungnya. Bermula ketika membicarakan hal-hal politis dan Angel dapat mengerti hal tersebut lalu diberikanlah tawaran menjadi calon legislatif dari Partai Persatuan Pembangunan. Dari sini kita dapat melihat bahwa sebagaimana Desy Ratnasari, Angel juga memasuki arena politik dari jaringannya (modal sosial).

Perpindahan arena dari arena hiburan ke arena politik, dibutuhkan modal yang mendukungnya. Jika dilihat dari modal ekonominya, tidak ada laporan resmi mengenai jumlah kekayaan Angel, tetapi jika dilihat dari gaya hidupnya, Angel suka mengoleksi tas dan sepatu mewah yang harganya sekitar Rp 900.000.000 rupiah per item itu menunjukkan kepemilikan modal ekonomi yang cukup besar. Selain untuk membeli barang-barang *branded* ia juga dapat memberi modal kepada saudara-saudaranya untuk berwirausaha.

Secara modal budaya, berdasarkan daftar riwayat hidup yang dikumpulkan ke KPU, terlihat bahwa Angel menamatkan pendidikan terakhirnya di SMA Santo Fransiskus Asisi. Latar belakang pendidikan ini sangat mempengaruhi pengetahuan dan cara berkomunikasi di publik. Cara menjawab Angel dalam wawancara dengan Najwa Shihab terlihat bahwa Angel hanya menjawab ala kadarnya dan belum tahu banyak mengenai partainya. Kemampuan retorika Angel masih kurang dan terkesan masih seadanya. Kemampuan beretorika merupakan modal budaya yang penting di

ranah politik karena seorang aktor politik harus mampu memobilisasi massanya. Jadi, jika akumulasi modal ini kurang, bisa jadi akan menghambat upayanya mendapatkan posisi di ranah politik.

Begitupun dengan modal simbolik, Angel Lelga seperti yang penulis jelaskan sebelumnya, ia dicitrakan sebagai artis yang menimbulkan banyak sensasi. Gaya hidup glamor, suka nikah siri, dan main di film horor yang *esek-esek*. Suka membuat sensasi bukan sesuatu yang baik di ranah *entertainment* karena sewajarnya artis menjadi terkenal karena prestasi dan keahliannya, bukan dengan membuat berita sensasi. Begitupun gaya hidup glamor kurang dapat diterima di Indonesia apalagi jika mengumbarinya di televisi, karena di Indonesia ketimpangan sosial masih tinggi. Angel datang dengan citra yang gelap sehingga mempengaruhi pendapat masyarakat terhadapnya.

Konversi Modal Sosial Kedua Selebriti

Ranah politik mempunyai kekuatan sendiri untuk menarik masyarakat untuk turut serta memasuki ranah tersebut. Kontestasi para artis untuk memenangkan suara masyarakat merupakan upaya untuk memperebutkan modal dan akses tertentu yang dekat dengan hierarki kekuasaan. Dengan menduduki posisi legislator, para artis dapat ikut serta membuat keputusan bersama pemerintah, yang mana di sini segala kepentingan harus tercapai. Ketika Bourdieu menyatakan bahwa *habitus* tidak ditentukan secara penuh oleh struktur-struktur dan agen, situasi ini membuka peluang yang besar bagi pelaku untuk menggunakan berbagai strategi. Strategi itu digunakan untuk mempertahankan posisinya maupun untuk mengubah distribusi modal dalam kaitannya dengan hierarki kekuasaan. Strategi yang digunakan aktor bersandarkan pada jumlah modal yang dimilikinya di ranah sosial.

Dari berbagai modal yang ada, modal simboliklah yang menjadi kepentingan sentral dari setiap ranah demi mendapatkan pengakuan, otoritas, dan kehormatan—termasuk dalam pemilihan legislatif yang

melibatkan para selebriti. Hal itu karena modal simbolik tidak hanya berperan sebagai media pemahaman, tetapi juga memiliki kekuatan untuk memberikan pemaknaan. Bintang—sistem simbol yang dibentuk oleh media massa—adalah seseorang yang dielu-elukan oleh masyarakat karena kemampuan superior dibandingkan manusia lainnya. Kemampuan akting, *modelling*, menyanyi, dan *public speaking* ditambah dengan penampilan yang selalu memukau. Akumulasi kemampuan individu tersebut menurut bahasa Weber disebut kharisma, yaitu kualitas *extraordinary* yang dimiliki seseorang.

Menurut Weber dalam Alberoni (1972), kharisma dapat mengarahkan pada hubungan kekuasaan. Orang yang mempunyai kharisma dianggap sebagai pemimpin. Kharisma dalam istilah Bourdieu masuk ke dalam modal simbolik. Modal simbolik ini dapat dikonversikan ke ranah kekuasaan, bukan karena mereka selebriti tetapi karena sudah *well-known*. Dalam kaitan selebriti menjadi politisi dengan konversi modal simbolik ke ranah kekuasaan, Alberoni (1972) menyatakan bahwa fenomena ini terjadi terutama di negara-negara yang strukturnya masih lemah dan internalisasi lembaga politik masih kurang. Hal ini sesuai dengan fenomena di Indonesia bahwa selebriti digunakan partai politik untuk mendapatkan suara masyarakat karena kaderisasi yang kurang.

Melalui proses pencitraan, sistem simbol yang dimiliki selebriti dapat menggiring cara pandang hingga mempengaruhi praktek masyarakat. Dalam kasus Desy, citra yang terbentuk dari ekspos media adalah citra yang baik. Meskipun Desy memiliki memori publik yang minus, seperti berita perceraian dan pria idaman lain, namun Desy mampu menutupi itu dengan tidak mengomentari berita yang ada. Selain itu, ia juga mampu menutupinya dengan sejumlah prestasi baik akademik maupun non akademik sehingga citranya tetap baik dan tidak dianggap sebagai pembuat sensasi. Berbeda halnya dengan Angel Lelga, kesan pertama kali yang ia munculkan adalah buruk karena menjadi

istri siri dari seseorang yang sudah beristri. Menikah siri itu mempunyai *image* negatif di masyarakat Indonesia ditambah lagi dengan menjadi janda dari pernikahan siri tersebut. Selain itu, dia juga mendapat kesan buruk dari bermain film horor, yang mana film horor Indonesia *imaganya* mengandung adegan tak senonoh yang tidak dapat diterima oleh budaya masyarakat Indonesia. Sikap Angel yang menanggapi semua berita buruk tentang dirinya membuat kesan seakan-akan dia adalah artis pembuat sensasi. Pencitraan ini menjadi signifikan di masa pemilihan untuk menarik atau menghalangi suara masyarakat.

Dalam proses selebriti menjadi politisi, ketenaran selebriti dimobilisasi sedemikian rupa untuk menunjukkan citra selebriti tersebut yang pada akhirnya citra tersebut dapat memobilisasi masyarakat yang sudah mengenal dan mengidolakan selebriti untuk memilih selebriti idolanya. Semakin bagus sistem simbol tersebut direkayasa, semakin besar kekuatannya untuk merayu, membujuk, dan menggiring masyarakat. Jadi, berdasarkan uraian di atas, ranah dapat dimengerti sebagai arena pertarungan dan perjuangan yang sangat dinamis. Di dalamnya terdapat para pemain, kekuatan-kekuatan, dan hubungan kekuasaan yang diperoleh dari penggunaan berbagai strategi di dalam posisi tertentu. Posisi tersebut merupakan hasil dari pengumpulan atau penukaran berbagai jenis modal. Fenomena kemenangan Desy Ratnasari dan kekalahan Angel Lelga secara teoritis membuktikan hal tersebut. Dalam subbab di atas terlihat ketimpangan alokasi modal yang dimiliki Desy dan Angel, yaitu dalam sisi modal budaya dan modal simbolik. Namun, pergerakan alokasi modal itu tidak dapat terlepas dari opini publik yang dibentuk oleh media.

SIMPULAN

Di abad selebritas ini, fenomena transformasi selebriti menjadi politisi terlihat bahwa kecenderungan politik saat ini membutuhkan popularitas para wakilnya untuk mendapatkan suara dari masyarakat

karena ada kemungkinan masyarakat sudah tidak percaya dengan politisi kawakan yang sering terjerat kasus korupsi. Oleh karena itu, ditariklah artis-artis papan atas untuk menjadi wakil partai. Artis yang masuk ke dunia polit tidak perlu bersusah payah untuk mendapatkan simpati masyarakat karena ia sudah mempunyai modal popularitas yang bisa dikonversi menjadi elektabilitas dan menarik suara masyarakat.

Menggunakan contoh kasus Desy Ratnasari dan Angel Lelga, penulis menganalisis bahwa fenomena ini juga mencakup perubahan habitus selebriti dari ranah asalnya. Dari orang biasa memasuki dunia gemerlap ranah hiburan. Konsekuensi menjadi aktor di ranah hiburan adalah harus bersinggungan dengan media massa. Media massa berperan dalam pembentukan citra selebriti, selalu meyorot selebriti hingga menjadikan mereka bersinar seperti bintang. Di dunia *entertainment*, *personal front* sangat penting. Sifat *personal front* ini semakin lama semakin kuat. Untuk Desy sendiri, *personal front* ini semakin luas dan menambah popularitasnya. *Personal front* juga bisa bertambah, menjadi sesuatu yang sangat penting di arena selebritas dan arena politisi.

Di ranah politik sebagai ranah pertarungan kekuasaan, selebriti harus mengkonversi modalnya untuk mencapai posisi yang diinginkan. Posisi yang ia raih ini tergantung akumulasi modal yang dimiliki. Semakin besar modal yang dimiliki semakin tinggi kesempatan untuk mendapatkan posisi tersebut, dan sebaliknya. Untuk kasus Desy dan Angel, keduanya memiliki modal sosial yang berbeda serta citra dari media yang berbeda sehingga keberhasilan menduduki jabatan legislatif juga berbeda. Desy berhasil menduduki jabatan legislatif sedangkan Angel tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Alberoni, Francesco. 1972. *Sociology of Mass Communication*. Suffolk: Richard Clay (The Chaucer Press) Ltd.
- Cresswell, John W. 2009. *Research Design, Third Edition*. London: Sage Publication.
- Driessens, Olivier. 2013. "Celebrity Capital: Redefining Celebrity Using Field Theory". *Jurnal Theory and Society* Volume 42, Issue 5, pp 543-560.
- Fashri, Fauzi. 2014. *Pierre Bordieu Menyingkap Kuasa Simbol*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Giddens, Anthony. 2005. *Introduction to Sociology*. New York: W.W. Norton & Company, Inc.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation Self in Every Day Life*. New York: Doubleday & Company, Inc.
- Harker, Richard, dkk. 2009. *(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Haryati. 2013. "Pencitraan Tokoh Politik Menjelang Pemilu 2014". *Jurnal Dinamika Komunikasi Politik Menjelang Politik 2014* Vol. 11 Nomor 2.
- Neuman, W. Lawrence. 1991. *Social Reserach Methods*. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Ritzer, George. 2010. *Sociological Theory*. Eighth Edition. New York: McGraw Hill.
- Satries, Wahyu Ishardino. 2008. *Jurnal Paradigma*. Vol. 9 Nomor. 01.
- Somantri, Gumilar Rusliwa. 2005. "Memahami Metode Kualitatif". *Jurnal Makara Sosial Humaniora*, Vol. 9. Nomor. 2. Desember. 57 – 65.
- Utomo, Bagus Wahyu. 2013. "Mobilisasi Politik dan Pencitraan Partai Politik (Fenomena Rekrutmen Selebriti Partai Amanat Nasional)". *Skripsi* tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gajah Mada.
- Internet
- <http://news.yahoo.com/actors-stepped-onto-political-stage-185007614.html> diakses pada 11 Oktober 2015
- <http://indianexpress.com/article/entertainment/bollywood/amitabh-bachchan-will-never-go-back-to-politics/> diakses pada 11 Oktober 2015).
- http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2013/02/130224_westjavavoting. diakses pada 11 Oktober 2015
- <http://www.cnnindonesia.com/nasional/20150812143501-20-71651/rano-karno-si-doel-sah-jadi-gubernur-banten-gantikan-atut/>. diakses pada 11 Oktober 2015
- <http://suaramasa.com/desy-ratnasari-ikon-kecantikan-wajah-indonesia-asli-terjun-ke-politik/> diakses pada 6 November 2015
- <http://dct.kpu.go.id/index.php?go=dct-dpr&partai=08> diakses pada 6 November 2015
- <http://dct.kpu.go.id/index.php?go=dct-dpr&partai=09> diakses pada 6 November 2015
- forum.detik.com (2012)
- tempo.com