

**PENGARUH POPULARITAS TERHADAP  
KEMENANGAN PEMILU LEGISLATIF 2019  
( Studi kasus: Pemenangan Abadi Ayus di Dapil IV Kab. Aceh Tengah )**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**ATAHRIANSYAH**

**NIM. 170801023**

**Mahasiswa Jurusan Ilmu Politik**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
TAHUN 2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atahriansyah  
NIM : 170801023  
Prodi : Ilmu Politik  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan  
Judul Skripsi : Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan Pemilu Legislatif 2019 ( Studi Kasus: Pemenangan Abadi Ayus Di Dapil Iv Kab. Aceh Tengah )

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan ini, saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain dan mampu mempertanggungjawabkan atas karya ini.
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan data
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu mempertanggungjawabkan atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan seungguhnya.

Banda Aceh, 19 Juli 2022  
Yang Menyatakan,



Atahriansyah

**“PENGARUH POPULARITAS TERHADAP  
KEMENANGAN PEMILU LEGISLATIF 2019  
( Studi kasus: Pemenangan Abadi Ayus di Dapil IV Kab. Aceh Tengah ) “**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh Sebagai Salah Satu Persyaratan Penulisan Skripsi  
Pada Program Studi Ilmu Politik

Oleh :

**ATAHRIANSYAH**

**NIM. 170801023**

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan  
Program Studi Ilmu Politik

Disetujui untuk diuji/dimunaqasyahkan oleh:

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**



**Dr. Ernita Dewi, S.Ag., M.Hum**  
**NIP. 197307232000032002**



**Ramzi Murziqin, M.A.**  
**NIP. 198605132019031006**

**PENGARUH POPULARITAS TERHADAP  
KEMENANGAN PEMILU LEGISLATIF 2019  
( Studi kasus: Pemenangan Abadi Ayus di Dapil IV Kab. Aceh Tengah )**

**SKRIPSI**

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry  
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Program  
Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Politik

Pada Hari/Tanggal

: Rabu 20 Juli 2022 M

Darussalam-Banda Aceh

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua



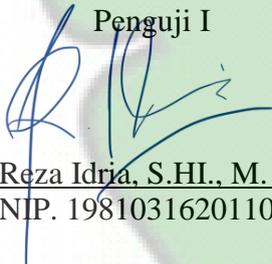
Dr. Ernita Dewi, S.Ag., M.Hum  
NIP. 197307232000032002

Sekretaris



Ramzi Murziqin, M.A.  
NIP. 198605132019031006

Penguji I



Reza Idria, S.HI., M. A., Ph.D  
NIP. 198103162011011003

Penguji II



Melly Masni, M. I. R  
NIP. 199305242020122016

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



## **ABSTRAK**

Nama : Atahriansyah  
NIM : 170801023  
Fakultas/Jurusan : FISIP/Ilmu Politik  
Judul : Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan  
Pemilu Legislatif 2019 ( Studi Kasus: Pemenangan  
Abadi Ayus Di Dapil Iv Kab. Aceh Tengah )  
Pembimbing I : Dr. Ernita Dewi, S.Ag., M.Hum  
Pembimbing II : Ramzi Murziqin, M.A.  
Kata Kunci : *Popularitas, Pileg 2019, kemenangan Abadi Ayus*

Penelitian ini berjudul Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan Pemilu Legislatif 2019 (Studi Kasus: Pemenangan Abadi Ayus Di Dapil IV Kab. Aceh Tengah) dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kemenangan Abadi Ayus pada Pileg 2019 dan bagaimana popularitas memberi pengaruh terhadap kemenangan Abadi Ayus pada Pileg 2019. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Abadi Ayus merupakan salah satu seniman Gayo dan tokoh masyarakat yang dikenal luas oleh masyarakat mulai dari kalangan muda sampai dewasa sekalipun di Aceh tengah sebagai penyanyi senior daerah. Berkat lewat lagu-lagunya menceritakan tentang budaya Gayo, cinta, alam dan filsafah Gayo, Yang menjadikan nama Abadi Ayus tidak asing lagi bagi masyarakat. Abadi ayus banyak berperan penting perkembangan terhadap budaya Gayo yang menginspirasi masyarakat untuk melestarikan kebudayaan daerah. Abadi ayus yang terpilih dalam pemilu legislatif 2019 Dapil IV Kab. Aceh Tengah wilayah kecamatan meliputi, Bebesen, Bies, Kute Panang dengan alokasi 8 kursi. Ada beberapa faktor yang menentukan Abadi Ayus mendapatkan kemenangan dalam pencalonannya sebagai DPRK pada Pileg 2019 silam. Faktor pertama yakni kepopuleran yang dimilikinya membuat Abadi Ayus dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga menjadi bonus untuk Abadi Ayus, tanpa harus memperkenalkan diri masyarakat sudah kenal ini kaan sangat mengurangi biaya promosi yang biasa dilakukan oleh banyak calon kandidat lainnya. Kedua Komunikasi parasosial empatik yang didasari oleh empati Abadi Ayusterhadap masyarakat. Pola komunikasi parasosial yang dilakukan oleh pihak Abadi Ayus terbukti mampu menarik simpati dan empati masyarakat sekitar. Ketiga dukungan dari keluarga yang setia memberi semangat, dorongan serta motivasi mampu memenangkan Abadi Ayus pada pileg tersebut. Abadi Ayus menjadi perwakilan partai Hanura satu-satunya yang memenangkan Pileg 2019. Data menunjukkan bahwa pengaruh popularitas sangat berperan penting terhadap kemenangan Abadi Ayus Pada Pileg 2019. Dimana Abadi Ayus meraih 630 suara pada Pileg tersebut. Hal ini dikarenakan antusiasme masyarakat yang menggemari seni dan memilih Abadi Ayus dalam Pileg 2019. Dengan kepopuleran Abadi Ayus tersebut mampu mengantarkan Abadi Ayus ke kursi DPRK Kabupaten Aceh Tengah pada Dapil IV.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada kita semua. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan Pemilu Legislatif 2019 (Studi Kasus: Pemenangan Abadi Ayus Di Dapil IV Kab. Aceh Tengah)” Shalawat beriring salam kepada junjungan alam dan suri tauladan Rasulullah *shalallahu'alaihiwasallam* beserta keluarga dan para sahabat beliau yang telah memperjuangkan agama islam di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan dari kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun, agar menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Warul Walidin, AK. MA, selaku Rektor Uin Ar-Raniry.
2. Dr. Ernita Dewi, S.Ag., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry beserta jajarannya.
3. Dr. H. Abdullah Sani, Lc, M.A, selaku Ketua Prodi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry
4. Rizkika Lhena Darwin, M.A selaku Sekretaris Prodi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry
5. Muslim Zainuddin. M.A Selaku Penasehat Akademik beserta jajarannya.
6. Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Ernita Dewi, S.Ag., M.Hum, selaku pembimbing I dan Ramzi Murziqin, M.A. selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dalam memberikan bimbingan dan arahan selama masa penulisan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Seluruh Dosen Ilmu Politik yang senantiasa memberi ilmu pengetahuan dan bimbingan selama perkuliahan
8. Kepada orang tua saya tercinta Ayah Handri S.H, Ibunda Yatmi yang selalu senantiasa mendoakan penulis dan juga kepada kakak saya Sela Fitriani.Amd,Kep. Dan kepada abang saya muttaqin dan juga kepada adik Khairina Arfah yang selalu memberi suport kepada penulis.
9. Perkumpulan Teman Kerabat Keluarga (TKK) yang terbaik sepanjang masa dan teman-teman seperjuangan Ilmu Politik angkatan 2017 dan family S.I.P dan sahabat-sahabat penulis. Dengan motivasi dari kalian semua penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Narasumber yang telah memberikan banyak pengetahuan kepada penulis.
11. Semua pihak yang telah membantu penulisan baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Terima Kasih banyak penulis ucapkan, semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan kalian semua.

Banda Aceh, 19 Juli 2022  
Penulis,

Atahriansyah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PENGESAHAN SIDANG .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1. Penelitian yang relevan .....	9
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Popularitas.....	13
2.2.2.Pencitraan Politik .....	15
2.2.3. Model Pemasaran Politik Dalam Pemilu Legislatif .....	21
2.3. Teori Modal.....	23
2.3.1. Modal Ekonomi.....	26
2.3.2. Modal Kultural .....	27
2.3.3. Modal Sosial .....	28
2.3.4. Modal Simbolik.....	31
2.4. Kerangka Alur Berfikir .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	34
3.2 Fokus Penelitian .....	34
3.3 Lokasi Penelitian.....	34
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	35
3.5 Informan Penelitian.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	38
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Profil Abadi Ayus .....	40
4.2. Faktor yang mempengaruhi kemenangan Abadi Ayus pada Pileg 2019 ..	41
4.3 Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan Abadi Ayus Pada Pileg 2019.....	48

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>61</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>62</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

*Personal brand* Calon Anggota Legislatif (Caleg) khususnya pada latar belakang Musisi, seniman ataupun memiliki popularitas bisa ditinjau dari perilaku pemilih masyarakat Aceh tengah pada Pemilu Legislatif (Pileg) tahun 2019. Komunikasi politik yang menggambarkan pemasaran politik kandidat dilihat sebagaimana *branding* dalam pemasaran bisnis dan perilaku pemilih dilihat sebagaimana perilaku konsumen.<sup>1</sup>

Abadi Ayus salah satu seniman gayo dan tokoh masyarakat yang dikenal luas oleh masyarakat mulai dari kalangan muda sampai dewasa sekalipun di Aceh tengah sebagai penyanyi senior daerah. Berkat lewat lagu-lagunya menceritakan tentang budaya Gayo, cinta, alam dan filsafah Gayo, yang menjadikan nama Abadi Ayus tidak asing bagi masyarakat. Abadi Ayus banyak berperan penting perkembangan terhadap budaya Gayo yang menginspirasi masyarakat untuk melestarikan kebudayaan daerah, sehingga bakatnya diteruskan kepada anaknya untuk meneruskan darah seni dari ayahnya.<sup>2</sup>

Kepopuleran dan *personal branding* yang dimiliki Abadi Ayus di kalangan masyarakat dan perjuangan tim sukses dari Partai Hanura membuatnya bisa bersaing dikancah politik dengan menjadi Anggota DPRK dapil IV Kabupaten Aceh Tengah. Abadi Ayus merupakan salah seorang anggota legislatif dari Partai Hanura yang saat ini menjabat sebagai Wakil Ketua Komisi C,

---

<sup>1</sup> Wasesa, S. A. (2011). *Political Branding dan Public Relations*. Jakarta: Gramedia.

<sup>2</sup> Ihfa, caleg terpilih di Aceh Tengah, Diakses melalui website *Lintasgayo.com – Ramung Institut* pada tanggal 02 Agustus 2021

DPRK Aceh Tengah. DPC Partai Hanura, sebelumnya dijabat oleh Azlin, selama dua periode dan setelah habis masa jabatan, posisi ketua sempat dijabat oleh Pelaksana Tugas (Plt) Zunedi. Kader Partai Hanura yang menjadi anggota legislatif Aceh Tengah, hanya satu orang yaitu Abadi Ayus. Selain sebagai politisi, Abadi Ayus dikenal sebagai salah seorang seniman yang namanya sudah tidak asing lagi di telinga warga kota dingin itu.<sup>3</sup>

Abadi ayus yang terpilih dalam pemilu legislatif 2019 Dapil IV Kabupaten Aceh Tengah wilayah kecamatan meliputi, Bebesen, Bies, Kute Panang dengan alokasi 8 kursi. Abadi Ayus menjadi perwakilan partai Hanura satu-satunya. Dari hasil rekapitulasi suara yang di rekap oleh lembaga yang dipimpinnya, di daerah pemilihan empat Kabupaten Aceh Tengah meliputi Kecamatan Bebesen, Kecamatan Bies dan Kecamatan Kute Panang diperoleh hasil sebagai berikut.

Partai Golkar menempati urutan pertama dengan perolehan 4411 suara, diurutan kedua PDI Perjuangan dengan jumlah 3499 suara, kemudian diurutan ketiga Partai Nasdem dengan jumlah 3497 suara, diurutan keempat ada Partai Gerindra dengan jumlah 2996 suara, urutan kelima ditempati oleh Partai Demokrat dengan jumlah 2961 suara, diurutan keenam ditempati Partai PAN dengan jumlah 2720 suara, diurutan ke tujuh ditempati Partai Hanura dengan jumlah 2573 suara dan diurutan kedelapan ditempati oleh PKS dengan jumlah 1818 suara.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>ibid

<sup>4</sup>ibid

Calon Legislatif yang menempati urutan suara terbanyak dari delapan kursi yang disediakan diantaranya Partai Golkar akan diwakili oleh Muchsin Hasan dengan suara pribadi 2074 suara, PDI Perjuangan akan diwakili oleh Arwin Mega dengan suara pribadi 2205 suara, Partai Nasdem diwakili oleh Hamdan, SH dengan perolehan 1554 suara. Kemudian Partai Gerindra diwakili oleh Eka Saputra dengan suara pribadi 1398 suara, Partai Demokrat diwakili oleh Sukurdi Iska dengan suara pribadi 1205, Partai PAN diwakili oleh Salman, ST dengan suara pribadi 1790 suara, Partai Hanura diwakili oleh Abadi Ayus dengan suara pribadi 630 suara dan PKS akan diwakili oleh Muzakir dengan suara pribadi 878 suara.<sup>5</sup>

Data yang di input berdasarkan data Form DA1 DPRK KIP Aceh Tengah yang telah di plenokan di tingkat kecamatan masing-masing, jika melihat data yang ada maka kemungkinan perubahan sangat kecil dan hampir dapat dipastikan pengisi kursi DPRK Aceh Tengah dari dapil 4 sudah dapat kita pastikan. Dalam iklim demokrasi, persaingan menjadi hal yang tidak dapat dihindarkan. Jumlah partai politik yang tidak sedikit, menghadapkan masyarakat pada banyaknya alternatif pilihan. Kondisi ini membuat setiap kontestan atau kandidat berlomba-lomba saling menunjukkan siapa yang paling mampu untuk mempengaruhi suara pemilih dengan menggunakan berbagai cara dan metode untuk bisa memenangkan persaingan. Menurut Firmanzah pentingnya penerapan metode dan konsep marketing dalam dunia politik merupakan keluaran hasil pemikiran yang perlu dilakukan kontestan untuk

---

<sup>5</sup>Data Form DA1 DPRK KIP Aceh Tengah

dapat memenangkan persaingan dalam Pemilihan Umum (Pemilu).<sup>6</sup>

Selera keberpihakan politis para calon pemilih akan menghasilkan “suara” (*vote*) yang mereka berikan saat pencoblosan. Rangkaian dari seluruh kegiatan pemasaran politik merupakan transaksi komunikatif antara kontestan yang menawarkan gagasan politik dengan para calon pemilih yang menawarkan suaranya. Dengan demikian, para pemilih adalah “kunci” dalam menentukan siapa yang menang dan siapa yang kalah. Hingga kenyataan ini yang menimbulkan persaingan para kontestan dalam setiap proses Pemilu.

Berdasarkan pada survei yang dilakukan oleh *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) dalam konteks Pileg, terdapat 81% masyarakat yang tidak mengenali caleg DPR di daerah pemilihan (Dapil) masing-masing. Data tersebut membuktikan bahwa kampanye yang dilakukan oleh Caleg belum seratus persen efektif. Sehingga pembentukan citra diri kandidat perlu dikuatkan untuk membangun diferensiasi. Salah satu cara yang bisa digunakan calon kandidat adalah *personal branding*. *Personal brand* adalah bentuk realisasi seseorang dalam membangun sebutan yang diharapkan terhadap dirinya dari orang lain.<sup>7</sup>

Konsep *personal branding* di Indonesia sendiri mulai marak digunakan oleh beberapa kalangan elit politik terutama Capres dalam memenangkan Pilpres. Bukti keberhasilan *personal branding* dapat dilihat pada kesuksesan Presiden Susilo Bambang Yudoyono (SBY) dalam memenangkan Pilpres secara langsung dan berturut-turut tahun 2004-2009. Meskipun banyak iklan politik

---

<sup>6</sup>ibid

<sup>7</sup>Data yang di input berdasarkan data Form DA1 DPRK KIP Aceh Tengah

yang menyerang SBY pada pemilu 2009, citra kuat yang melekat pada sosok SBY tidak mudah untuk dijatuhkan. Sama halnya dengan kondisi Presiden Joko Widodo (Jokowi) saat masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta, menurut survei yang dilakukan oleh Kompas pada awal tahun 2014 sebelum pemilihan presiden, menunjukkan hasil elektabilitas Jokowi yang mencapai 43,5% tertinggi dari semua calon presiden yang saat itu digadang-gadang akan menjadi pesaing kuat kandidat lain seperti: Prabowo, Megawati Soekarno Putri, Aburizal Bakri, Wiranto dan Jusuf Kalla.<sup>8</sup>

Sama halnya dengan Pileg, penelitian yang dilakukan oleh Damsar menunjukkan bahwa bukti terpilihnya kembali seseorang menjadi anggota dewan adalah mayoritas mampu menjaga suara di Daerah Pemilihan (Dapil) Bagaimana memainkan kepercayaan dengan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan para pemilih. Sehingga idealnya *personal branding* perlu dilakukan jauh sebelum datangnya kontestasi politik atau masa kampanye. Dalam membentuk sebuah *personal brand*, salah satu strategi yang dilakukan adalah *positioning*, yang mana dimaksudkan untuk memposisikan citra politik, bagi partai atau tokoh, dibandingkan dengan kompetitor politik lainnya. Dalam strategi pendekatan politik, *positioning* merupakan proses memasuki benak pemilih yang nantinya menjadi sebuah keputusan dalam memilih. Menurut Rhenald Kasali, *political positioning* adalah: “strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak pemilih agar sebuah kontestan mengandung arti tertentu yang mencerminkan keunggulan terhadap kontestan pesaing dalam bentuk

---

<sup>8</sup> Wasesa, S. A. (2011). *Political Branding dan Public Relations*. Jakarta: Gramedia.

hubungan asosiatif”.<sup>9</sup>

Dari penjelasan tersebut seorang kandidat harus mempunyai fokus yang jelas pada siapa dia dan apa yang dia perjuangkan jika visi yang dia sampaikan kepada pemilih menjadi mudah diterima. Sehingga dapat diketahui *personal brand* dari keunggulan kompetitif kandidat yang disampaikan kepada pemilih agar bisa membedakan dirinya dengan kandidat lainnya. Pada prakteknya, secara umum masyarakat merasa bingung dalam menentukan pilihan. Keseragaman produk dan *image* yang ditampilkan membuat mereka merasa “tidak ada bedanya”. Apa yang disampaikan dan ditampilkan baik partai politik maupun kontestan memiliki kemiripan. Misal, mayoritas penggunaan kata “Pro Rakyat” selalu dicoba diusung. Sehingga opini masyarakat yang terbangun adalah memilih satu partai atau kontestan tidak akan menghasilkan sesuatu yang berbeda bila dibandingkan dengan ketika memilih partai atau kontestan lainnya. Di sini diferensiasi perlu ditegaskan kembali, terutama bagi calon anggota legislatif. Karena masyarakat dihadapkan dengan banyaknya calon di tiap Dapil, dari masing-masing partai. Dalam selembar kertas suara, mereka harus memilih satu dari kurang lebih sekitar 100 calon dalam Dapilnya.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti menarik untuk mengkaji pengaruh kepopuleran Abadi Ayus sebagai satu-satunya seniman yang maju dalam Pileg pada tahun 2019. Dimana melihat bagaimana seorang publik figur atau seseorang yang memiliki kepopuleritas menang mencalonkan diri sebagai

---

<sup>9</sup> Fauzi, Ahmad. 2014. Strategi Kampanye Caleg Partai Gerindra Dalam Pemilu 2014 di Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan Madura. Fakultas Syari'ah dan Hukum. Universitas Islam Sunan Kali Jaga. Yogyakarta. Firmanzah. 2010. Marketing Politik. Jakarta: Obor Indonesia.

legislative fi kota besar, kemudian apakah kepopuleran tersebut juga akan berlaku di ruang lingkup yang lebih kecil. Seperti yang sudah disebutkan di atas Abadi Ayus berhasil meraih suara sebanyak 630 suara dalam Pileg 2019. Oleh karena itu peneliti menarik untuk meneliti lebih dalam terkait tentang ***Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan Pemilu Legislatif 2019 (Studi kasus: Pemenangan Abadi Ayus di Dapil IV Kab. Aceh Tengah)***

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka masalah penelitian ini adalah:

1. Faktor apa sajakah yang mempengaruhi kemenangan Abadi Ayus pada Pileg 2019 ?
2. Bagaimana popularitas memberi pengaruh terhadap kemenangan Abadi Ayus pada Pileg 2019 ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui:

1. Untuk mengetahui Faktor yang mempengaruhi kemenangan Abadi Ayus pada Pileg 2019
2. Untuk mengetahui popularitas berpengaruh terhadap kemenangan Abadi Ayus pada Pileg 2019

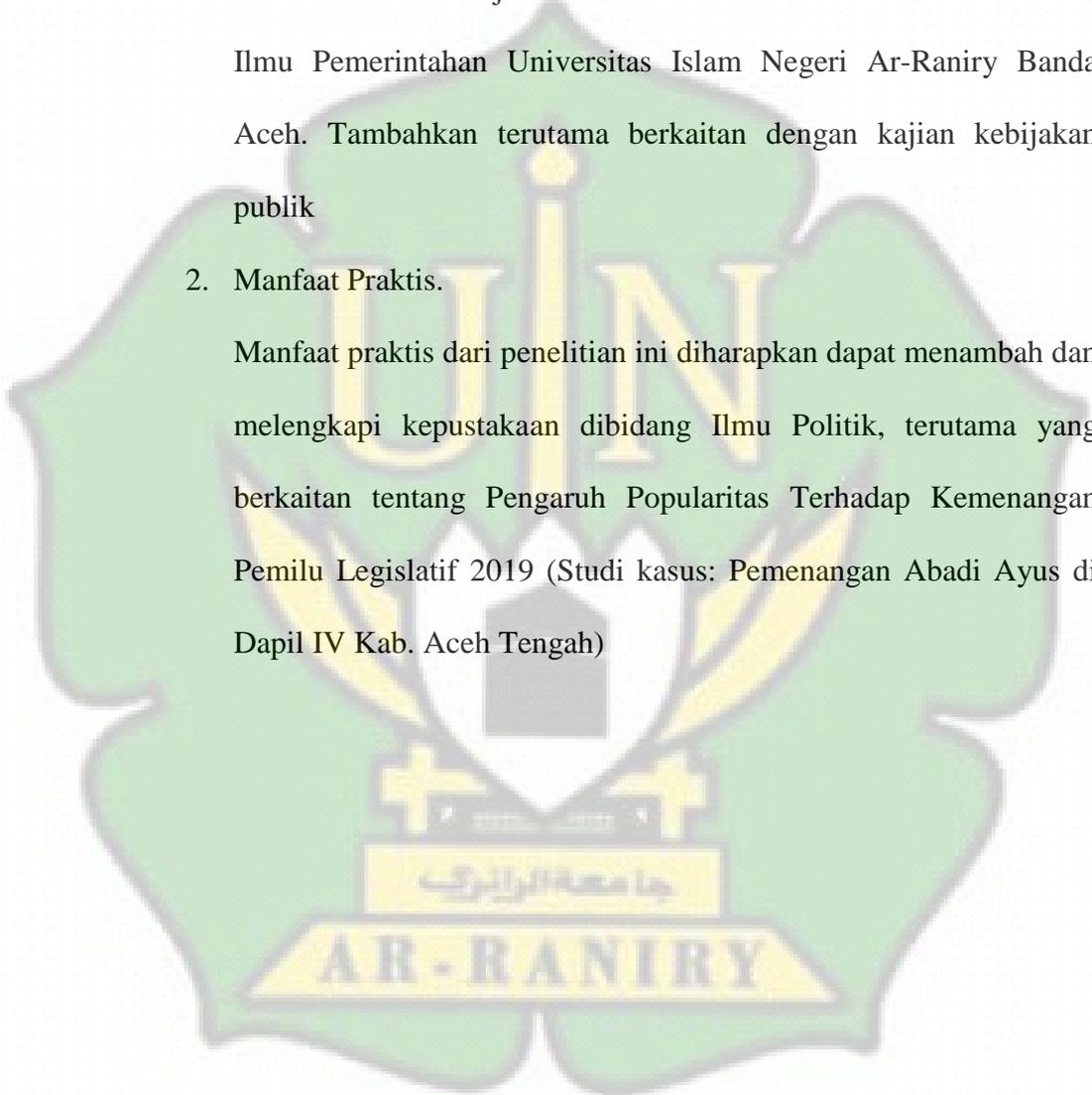
#### **1.4. Manfaat Penulisan**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memperkaya khasanah keilmuan jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Tambahkan terutama berkaitan dengan kajian kebijakan publik

##### **2. Manfaat Praktis.**

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menambah dan melengkapi kepustakaan dibidang Ilmu Politik, terutama yang berkaitan tentang Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan Pemilu Legislatif 2019 (Studi kasus: Pemenangan Abadi Ayus di Dapil IV Kab. Aceh Tengah)



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian yang relevan**

*Pertama*, oleh Yulima Permatasari Suwardi, Muhammad Ali Azhar, dan Kadek Dwita Apriani dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana dengan judul “faktor figur dalam keterpilihan anggota DPRD studi kasus keterpilihan anggota DPRD dari partai Gerindra Kab. Klungkung pada pemilu 2014”, Penelitian ini mengkaji tentang faktor figur dalam sebuah keterpilihan (electability) serta relasinya mengenai komunikasi politik yang terfokus dalam V pencitraan politik. Dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh faktor figur mempengaruhi keterpilihan seorang calon anggota DPRD Kabupaten Klungkung dari partai Gerindra pada Pemilu 2014. Hasil penelitian menunjukkan faktor ini mempengaruhi keterpilihan seorang calon legislatif dalam pemilihan umum tahun 2014 di Kabupaten Klungkung khususnya Dapil Nusa Penida. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana faktor figur menjadi pengaruh terpilihnya seseorang sebagai anggota legislatif. Permasalahan dari penelitian ini adalah mengapa faktor figur dapat mempengaruhi keterpilihan anggota legislatif Partai Gerindra di DPRD Kabupaten Klungkung pada pemilu Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dan melakukan penentuan informan dengan membuat tabel matrix informan. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara secara mendalam dengan informan yang sudah dipilih dan mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan materi penelitian. Kesimpulan dari tulisan ini adalah figur menjadi sebuah

pengaruh dalam pencalonan seseorang pada pemilu, pencitraan yang baik dimata masyarakat dapat mempengaruhi keterpilihan figur dalam pemilu 2014, popularitas seorang figur masyarakat menentukan keterpilihan seseorang tersebut, dan elektabilitas seorang figur membantu calon legislatif untuk memenangkan perolehan suara dalam pemilu.<sup>10</sup>

*Kedua*, oleh Rika Rubyanti dari Pengaruh Popularitas Terhadap Pilihan Pemilih Pemula (Fenomena Masuknya Artis Dalam Pilitik). Studi kasus : Mahasiswa departemen Ilmu Politik”. Dengan tujuan Untuk mengetahui tingkat pengaruh popularitas terhadap pilihan pemilih pemula, Untuk mengetahui dan mengidentifikasi masalah pilihan pemilih pemula di kalangan mahasiswa Departemen Ilmu politik, Sebagai kegiatan awal dalam mendalami masalah perilaku pemilih pemula. Hasil penelitian suatu kesimpulan bahwa popularitas memang dapat mempengaruhi pilihan dari pemilih pemula. Dengan nilainya yang positif, maka semakin tinggi popularitas suatu objek maka kecendrungan pemilih pemula untuk memilihnya akan semakin tinggi pula. Namun tingkat pengaruhnya disini adalah pada tataran cukup, artinya tidaklah telalu berpengaruh. Karena masih banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku dari seorang pemilih. Sedangkan pengaruh lingkungan juga berpengaruh dalam hal

---

<sup>10</sup>Yulima Permatasari Suwardi, Muhammad Ali Azhar, dan Kadek Dwita Apriani, Faktor figur dalam keterpilihan anggota DPRD studi kasus keterpilihan anggota DPRD dari partai Gerindra Kab. Klungkung pada pemilu 2014, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana 2014

mempengaruhi pola pikir pemilih pemula dalam menentukan/menjatuhkan suatu pilihan.<sup>11</sup>

*Ketiga* oleh Habibi Subandi dengan judul Selebritis Menjadi Politisi: Studi tentang Bagaimana Selebritis Menang atau Kalah dalam Pemilu Legislatif dikutip dari jurnal Volume 5, Nomor 1, Tahun 2020 Ilmu Politik Universitas Brawijaya dengan hasil penelitian jurnal ini menyorot model pemasaran politik dengan memanfaatkan kandidat caleg selebritis pada Pemilu 2019. Untuk itu studi ini berupaya menjawab fenomena maraknya pencalonan selebritis sebagai caleg DPR RI, yang dikaitkan dengan sistem pemilu yang berorientasi pada figur. Kajian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, khususnya dengan melacak bagaimana performa politisi selebritis selama kampanye. Adapun data yang dipakai adalah data survey Laboratorium Politik dan Rekayasa Kebijakan (Lapora) di Dapil Jawa Timur I, V, dan VIII. Hasil riset menyimpulkan bahwa seiring munculnya metode penghitungan suara saint laque, tingkat keterpilihan politisi selebritis semakin lemah dalam kontestasi antar calon legislatif dan antar partai. Mesin partai dan popularitas partai justru menjadi supporting system yang menentukan keterpilihan seorang calon anggota legislatif. Selebritis yang akhirnya terpilih, tidak terlepas dari keberhasilan mereka dalam mengkonsolidasikan tim pemenangan partai, merancang program-program

---

<sup>11</sup>Rika Rubyanti dari Pengaruh Popularitas Terhadap Pilihan Pemilih Pemula (Fenomena Masuknya Artis Dalam Pilitik). Studi kasus : Mahasiswa departemen Ilmu Politik) 2018

pemasaran politik yang langsung menasar pemilih, dan pencitraan politik yang menggunakan episentrum masyarakat sebagai komunikasi parasosial.<sup>12</sup>

*Keempat* oleh Yudhistira S. Virgiawan dengan judul Pengaruh Hasil Pemilihan Umum (Pemilu) 2019 Terhadap Popularitas Partai Solidaritas Indonesia Di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara dikutip dari skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara 2019. Dalam penelitian ini, teori yang dianggap relevan yaitu komunikasi, komunikasi, komunikasi politik, marketing politik, Pemilihan Umum, partai politik dan popularitas. Penelitian ini menggunakan metode korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu-ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara yang berjumlah 2.475 orang. Penentuan sampel digunakan rumus taro yamane dengan presisi 10% dan dengan tingkat kepercayaan 90% sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 orang. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Proportional Random Sampling, Purpoposive Sampling dan Accidental Random Sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*) dan studi lapangan (*field research*), yaitu kegiatan dimana peneliti mengumpulkan data-data dari lapangan yang meliputi kegiatan survey di lokasi penelitian, melalui pengamatan dan pencatatan statistik terhadap segala yang tampak pada objek penelitian melalui kuesioner. Teknik analisis data

---

<sup>12</sup>Habibi Subandi dengan judul Selebritis Menjadi Politisi: Studi tentang Bagaimana Selebritis Menang atau Kalah dalam Pemilu Legislatif dikutip dari jurnal Volume 5, Nomor 1, Tahun 2020 Ilmu Politik Universitas Brawijaya

yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tabel tunggal, analisis tabel silang, dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara Hasil Pemilu 2019 Terhadap Popularitas Partai Solidaritas Indonesia di Kalangan Fakultas Ilmu-ilmu Sosial dan Ilmu Politik Mahasiswa Universitas Sumatera Utara.<sup>13</sup>

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Popularitas**

Popularitas merupakan modal yang sangat berharga yang harus dimiliki oleh siapapun untuk terjun dalam publik.<sup>14</sup> Popularitas seseorang dapat menjadi salah satu aspek yang mendukung seseorang untuk memperoleh kekuasaan. Pemilihan Umum, Pilpres, serta Pemilu lokal kepopuleran seseorang calon atau kontestan sangat mendominasi dan menentukan bagi pilihan ditentukan oleh rakyat. Menurut Nimmo, dengan adanya modal popularitas maka akan lebih mudah bagi seseorang atau figur tersebut untuk mencuri perhatian masyarakat, melalui pemberitaan media yang diharapkan nantinya akan mempunyai nilai tambah untuk meningkatkan atau mendongkrak elektabilitas. Untuk mewujudkan semua itu, perlu dibangun pencitraan yang baik ditengah masyarakat, agar

---

<sup>13</sup>Yudhistira S. Virgiawan, Pengaruh Hasil Pemilihan Umum (Pemilu) 2019 Terhadap Popularitas Partai Solidaritas Indonesia Di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Universitas Sumatera Utara 2019.

<sup>14</sup> Firmanzah. (2007). Marketing Politik; Antara Pemahaman dan Realitas. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

nantinya timbul simpati dan keberpihakan masyarakat kepada tokoh atau figur tersebut.<sup>15</sup>

Kata populer berasal dari kata dalam bahasa Latin yaitu kata *populus* yang berarti rakyat banyak. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata *populer* memiliki arti Dikenal dan disukai orang banyak; Sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya, mudah dipahami banyak orang; Disukai dan dikagumi orang banyak. Kata *popularitas* atau *popularity* diambil dari bahasa latin *popularis* yang berarti umum atau banyak disukai. Beberapa sumber menyebutkan bahwa *popularitas* berarti disukai oleh orang banyak, diperhatikan, dan dihargai. Namun tidak ada definisi yang pasti dari *popularitas* itu sendiri. *Popularitas* tidak selalu terjadi pada manusia. Banyak hal lain yang bisa meraih *popularitas* seperti makanan, tempat, dan pakaian, dan sebagainya. Manusia telah mengenal *popularitas* sejak tahap awal kehidupannya. *Popularitas* muncul secara natural dalam lingkungan seseorang. Hal ini sesuai dengan istilah *primus inter pares*, sebuah istilah kuno yang berarti orang pertama dari sejenisnya. Artinya, seseorang yang populer muncul di dalam lingkungan yang memiliki derajat yang sama, namun satu orang menunjukkan kelebihannya sehingga dia menjadi berbeda dengan lainnya dan mendapat perhatian.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Ibid

<sup>16</sup> Nursal, Adman. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Popularitas sangat merakyat, artinya istilah popularitas telah dikenal banyak orang walaupun dari pernyataan tersebut terlihat bahwa pengertian popularitas tidak ada yang pasti, tetapi makna yang sangat melekat pada katakata popularitas adalah disukai atau digemari oleh banyak orang. Kata popularitas memang dapat digunakan pada banyak hal seperti makanan, tempat, dan lain-lain tetapi, yang sangat dikenal adalah istilah popularitas banyak digunakan untuk mempredikatkan status seseorang atau sering digunakan pada manusia.<sup>17</sup>

### **2.2.2. Pencitraan Politik**

Citra politik erat kaitannya dengan pembentukan pendapat umum karena pada dasarnya pendapat umum politik terbangun melalui citra politik. Citra politik terwujud menjadi sebuah konsekuensi kognitif dari komunikasi politik. Citra di dalam politik sebenarnya sekadar lebih strategi untuk menampilkan kontestan atau partai politik pada pemilih. Tetapi juga ada keterkaitannya dengan kesan yang dimiliki oleh pemilih, baik yang diyakini sebagai hal yang baik atau buruk. Citra bukan hanya sekadar pesan dan kesan yang diciptakan oleh kontestan ataupun yang diciptakan oleh pemilih itu sendiri, tetapi citra merupakan negosiasi, evaluasi, dan konstruksi oleh kandidat dan pemilih dalam sebuah usaha yang dilakukan bersama.

Politik pencitraan atau pencitraan politik berkaitan dengan pembuatan informasi atau pesan politik oleh komunikator politik (politikus atau kandidat) media politik (media massa, media sosial, dan/atau media format kecil), dan

---

<sup>17</sup>ibid

penerima atau khalayak politik (publik). Citra politik yang terbentuk di benak publik, tidak selamanya sesuai dengan realitas yang sebenarnya, karena mungkin hanya sama dengan realitas media atau realitas buatan media, yang disebut juga sebagai realitas tangan kedua (*second hand reality*). Prof. Dr. Anwar Arifin, memaparkan tentang citra politik, karakteristik politik, dan komunikasi politik, serta tujuan politik pencitraan yang meliputi pembentukan dukungan opini publik, mendorong partisipasi politik rakyat, memenangi pemilihan umum serta penentuan kebijakan politik. Selain itu dibentangkan juga secara singkat tentang media politik dan khalayak politik yang disertai dengan beberapa teori, sehingga politik pencitraan atau pencitraan politik dalam buku ini dikembangkan dalam studi komunikasi politik, yang bersifat serbahadir, multimakna, dan multidefinisi, serta multidisipliner.

Citra adalah dunia menurut persepsi kita, atau *pictures in our head*, yang merupakan gambaran tentang realitas, mungkin saja tidak sesuai dengan realitas. Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima melalui berbagai media, utamanya media massa cetak dan elektronik, yang bekerja membentuk, mempertahankan, atau meredefinisikan citra. Dari sudut pandang ilmu sosial, salah satu pendekatan teoritik tentang penciptaan citra adalah impression management “manajemen kesan” dimana citra dipandang sebagai kesan seseorang atau suatu organisasi terhadap orang atau organisasi lain.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>Unaiyatul Khaedaroh, Citra Diri dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, Jurnal Vol. 2, tahun 2015

Menurut Nimmo, citra adalah segala hal yang berkaitan dengan situasi keseharian seseorang; menyangkut pengetahuan, perasaan dan kecenderungannya terhadap sesuatu. Sehingga citra dapat berubah seiring dengan perjalanan waktu. Teori *image building* menyebutkan bahwa, citra akan terlihat atau terbentuk melalui proses penerimaan secara fisik (panca indra), masuk ke saringan perhatian (*attention filter*), dan dari situ menghasilkan pesan yang dapat dilihat dan dimengerti (*perceived message*), yang kemudian berubah menjadi persepsi dan akhirnya membentuk citra.<sup>19</sup>

Lebih jauh, Nimmo menyebutkan bahwa, citra seseorang tentang politik yang terjalin melalui pikiran, perasaan dan kesucian subjektif akan memberi kepuasan baginya, yang paling tidak memiliki tiga kegunaan, yaitu: pertama, Betapapun benar atau salah, lengkap atau tidak lengkap, pengetahuan orang tentang politik, memberi jalan pada seseorang untuk memahami sebuah peristiwa politik tertentu. Kedua, Kesukaan dan ketidaksukaan umum pada citra seseorang tentang politik menyajikan dasar untuk menilai objek politik. Ketiga, Citra diri seseorang memberikan cara menghubungkan dirinya dengan orang lain. Sebagai bagian dari komunikasi politik, pencitraan politik memang dilakukan secara persuasif untuk memperluas arsiran wilayah harapan antara kandidat dengan pemilih. Corner dan Pels mencatat baik figur-figur yang bersih maupun bermasalah (*notorious*) sama-sama secara substansial bekerja keras membangun

---

<sup>19</sup>ibid

citra politik untuk mempengaruhi pemilih, karena citra telah menjadi faktor paling menentukan sukses tidaknya sebuah perjalanan kampanye.<sup>20</sup>

Gunter Schweiger dan Michaela Adami mengemukakan, citra merupakan gambaran menyeluruh yang ada di kepala pemilih mengenai kandidat maupun program. Kedua penulis ini berpendapat bahwa proses pengambilan keputusan tidak selamanya dipengaruhi oleh pengetahuan pemilih tentang program-program partai maupun oleh informasi-informasi yang membangun brand politik, tetapi proses itu bisa jadi dipengaruhi kuat oleh *impression* (keterkesanan) dan *nonrational evaluation criteria* (kriteria yang tidak rasional yang dipakai pemilih dalam mengevaluasi para kandidat/parpol).<sup>21</sup>

Bruce Newman dalam bukunya *The Marketing of The President: Political Marketing as Campaign Strategy*, mengemukakan bahwa saat ini kampanye politik telah berjalan menggunakan kaidah-kaidah bisnis, termasuk prinsip-prinsip pemasaran yaitu: *Marketing Research, Market Segmentation, Targeting, Positioning, Strategy Development Dan Implementation*. Artinya, perubahan-perubahan dalam demokrasi politik telah memperlihatkan bahwa kecenderungan terhadap *Stylisasi Estetika (aesthetic stylisation)* itu berlangsung alamiah dan tak mungkin dihindari dalam sistem pemilihan langsung. Kecenderungan natural inilah yang menjelaskan mengapa citra, yang dimiliki kandidat semakin berpengaruh terhadap pemilih dalam menentukan pilihan politiknya<sup>22</sup>.

---

<sup>20</sup>ibid

<sup>21</sup>ibid

<sup>22</sup>ibid

Menyikapi perkembangan politik pencitraan dalam pentas demokrasi Indonesia, Gazali menilai, dalam level sederhana politik pencitraan termasuk political marketing, karena kandidat dipasarkan mirip menjual sebuah produk. Jika lebih canggih, bisa dikategorikan politik komunikasi, yaitu politisi mensosialisasikan kebijakan secara substansial dengan cara-cara yang memikat publik. Sebagai unsur terpenting yang menjadi pertimbangan pemilih dalam menentukan pilihannya, maka tidak mengherankan jika politisi memanfaatkan konsep citra untuk menjembatani jarak antara perilaku pemilih yang dipahami politisi dengan apa yang sesungguhnya tersimpan di benak para pemilih.<sup>23</sup>

Citra di dalam politik sebenarnya lebih dari sekedar strategi untuk menampilkan kandidat kepada para pemilih. Tetapi juga berkaitan dengan kesan yang dimiliki oleh pemilih baik yang diyakini sebagai hal yang benar atau tidak. Artinya, citra lebih dari sekedar pesan yang dibuat oleh kandidat ataupun gambaran yang dibuat oleh pemilih, tetapi citra merupakan negosiasi, evaluasi dan konstruksi oleh kandidat dan pemilih dalam sebuah usaha bersama. Dengan kata lain, keyakinan pemilih tentang kandidat berdasarkan interaksi atau kesalingbergantungan antara yang dilakukan oleh kandidat dan pemilih. Dengan demikian citra adalah transaksi antara strategi seorang kandidat dalam menciptakan kesan personal dengan kepercayaan yang sudah ada dalam benak para pemilih.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup>Unaiyatul Khaedaroh, Citra Diri dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, Jurnal Vol. 2, tahun 2015

<sup>24</sup>ibid

Menurut McGinnis, pemilih sesungguhnya melihat kandidat bukan berdasarkan realitas yang asli melainkan dari sebuah proses kimiawi antara pemilih dan citra kandidat (gambaran imajiner). Citra yang baik, dengan sendirinya akan meningkatkan popularitas dan elektabilitas kandidat, begitupun sebaliknya. Sehingga, tidak salah bila politisi “jumpalitan” melakukan pencitraan politik. Karena semakin dapat menampilkan citra yang baik, maka peluang untuk meraup dukungan pemilih semakin besar. Namun dalam konteks pembentukan citra, tidak sedikit yang kehilangan kekuatan penarik perhatian (*eye catching*). Citra yang sebelumnya diharapkan mampu menciptakan kejutan, stimulasi, dan gebrakan informasi tak terduga (*entropy*) berubah menjadi pengulangan-pengulangan yang terduga (*redundancy*). Citra-citra berestetika dan berselera tinggi, karena kehabisan perbendaharaan tanda, pada akhirnya menjadi citra-citra yang murahan dan dangkal. Dalam konteks komunikasi politik, hal ini berlangsung saat citra-citra politik tampil dalam jumlah banyak, frekuensi tinggi, dan waktu cepat sehingga menyebabkan pesan yang disampaikan tidak lagi menarik perhatian publik.<sup>25</sup>

Definisi pencitraan sendiri ialah gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. Sedangkan indikator dari pencitraan sendiri ialah memiliki kredibilitas tinggi dalam memimpin, mempunyai reputasi yang baik daripada pesaingnya, serta mempunyai popularitas tinggi atau dikenal masyarakat luas.

---

<sup>25</sup>ibid

### 2.2.3. Model Pemasaran Politik Dalam Pemilu Legislatif

Model pemasaran politik menyandarkan diri pada strategi dan cara partai politik menyampaikan produk politik kepada pemilih. Produk politik, bagi O'shaughnessy, dapat diartikan sebagai partai politik dan kandidat. Pada praktiknya, model pemasaran politik akan bergantung pada jenis produk politik yang akan disampaikan kepada pemilih. Pemasaran produk politik berupa partai dengan ideologinya akan memiliki cara dan strategi yang berbeda dengan pemasaran produk berupa figur atau kandidat. Dalam Pemilihan Kepala Daerah, misalnya, produk politik yang akan disampaikan kepada pemilih adalah berupa ketokohan seorang kandidat dan visi-misi serta program yang dimilikinya. Sementara dalam Pemilu legislatif seorang kandidat atau manajer kampanye akan berupaya membuat sinkronisasi antara ideologi dan platform partai, pencitraan dan kapabilitas individu, serta program-program kampanye di lapangan.<sup>26</sup>

Model pertama yang dikenal dalam kemenangan pemilu legislatif di Indonesia adalah model brokerage. Model ini pelaksanaannya cukup sederhana dimana partai dan kandidat dalam pemilihan umum akan mengkonsolidasikan tim sukses internal yang berfungsi sebagai mesin pendulang suara dalam pemilihan umum. Tim sukses ini terdiri dari tokoh-tokoh simpul masyarakat atau terma lainnya adalah broker suara. Berdasarkan terminologi yang dikemukakan Robin Lent dan Genevieve Tour, tokoh simpul masyarakat ini ibaratnya merupakan duta-duta pemasaran, sales ambassador, untuk menyampaikan berbagai hal terkait

---

<sup>26</sup>Habibi Suband, Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan Volume 5, Nomor 1, Tahun 2020 Program Studi Ilmu Politik, Universitas Brawijaya.

produk politik yang dipasarkan. Penetrasi politik untuk menggalang dukungan dan suara dilakukan secara hirarkis dan transaksional. Dalam pengalaman-pengalaman Pemilu di Indonesia, pelaksanaan model brokerage menjadi ciri utama dalam Pemilihan Umum tahun 2004, tahun 1999 dan pemilihan umum di era Orde Baru. Hal ini terjadi akibat sistem pemilu yang dilaksanakan pada saat itu yang lebih memprioritaskan pada sistem pemilu Partai.<sup>27</sup>

Model *brokerage* ini kemudian secara perlahan bergeser sejak pemilihan umum tahun 2009, dimana sejak saat itu proses penghitungan suara dilakukan berdasarkan sistem proporsional terbuka dengan metode penghitungan suara terbanyak. Persaingan antar calon legislatif lebih terbuka dan memunculkan model baru dalam kemenangan pemilu. Kampanye yang dilaksanakan oleh figur calon legislatif lebih mengemuka daripada kampanye berdasarkan partai. Menurut Edward Aspinall, sistem pemilu proporsional terbuka ini memberikan kontribusi yang besar bagi para kandidat calon anggota legislatif untuk melakukan kampanye untuk diri mereka sendiri daripada untuk partai. Para kandidat dari partai politik yang sama kemudian berlomba satu sama lain untuk membangun tim kampanye personal yang memanfaatkan para tokoh masyarakat atau patron untuk melakukan persuasi dan mobilisasi pemilih. Akibatnya, para figur saling berkompetisi untuk mengenalkan keunggulan dirinya kepada masyarakat dan juga membentuk jaringan para broker suara yang secara tradisional merupakan bagian dari mesin partai.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup>ibid

<sup>28</sup>ibid

Pentingnya pencitraan politik ini kemudian melahirkan model pemasaran politik yang disebut sebagai model *political branding*. Menurut Scammell, Branding adalah bentuk baru dari political marketing dimana konsep *branding* dapat menjadi jaminan, keunikan (unsur pembeda yang jelas dengan rival), konsistensi nilai, dan hubungan emosional dengan nilai dan visi tentang kehidupan yang baik dari pemilih. Menurut Lorann Downer, secara operasional model *political branding* ini harus dipilah menjadi 2 bagian yaitu konsepsi political branding yang ditujukan untuk merujuk pada institusi politik atau partai dan konsepsi political branding yang diatribusikan kepada figur.<sup>29</sup>

### 2.3. Teori Modal

Teori modal dicetuskan pertama kali oleh Piere Bourdieu. Disebutkan bahwa teori ini mempunyai ikatan erat dengan persoalan kekuasaan. Oleh karenanya pemikiran Bourdieu terkonstruksi atas persoalan dominasi. Dalam masyarakat politik tentu persoalan dominasi adalah persoalan utama sebagai salah satu bentuk aktualisasi kekuasaan. Pada hakikatnya dominasi dimaksud tergantung atas situasi, sumber daya (kapital) dan strategi pelaku.<sup>30</sup>

Bourdieu sebagai teoritis sosial memiliki pengalaman yang luar biasa. Dari apa yang menjadi latar belakang hidupnya menjadikan Bourdieu menolak paradigma objektivisme dan subjektivisme walaupun tidak keseluruhan. Tetap ada elemen paradigma tersebut yang diilhami sebagai pembentuk atas teorinya. Namun bukan berarti teori yang dibangun berangkat atas paradigma dualisme

---

<sup>29</sup>ibid

<sup>30</sup>Abd. Halim, Politik Lokal; Pola, Aktor & Alur Dramatikalnya (Yogyakarta: LP2B, 2014),

antara struktur dengan agen seperti apa yang disebutkan dalam pandangan Anthony Giddens, Margaret Archer, dan Peter L. Berger. Tetapi lebih dari itu, Bourdieu membangun teorinya berdasarkan paradigma strukturalisme genetik. Paradigm ini mempunyai ciri khas internalisasi eksternalitas dan eksternalisasi internalitas dalam pandangan struktur dan agen.<sup>31</sup>

Konsepsi atas teori modal Bourdieu tidak bisa dilepaskan dari konsep dominasi lainnya. Sehingga pemikiran Bourdieu ini ada keterkaitan dengan konsep kekuasaan yang lain, yakni habitus & ranah (Arena). Habitus dalam teori sosiologi dimaksudkan sebagai struktur mental kognitif yang menghubungkan manusia dengan dunia sosial. Manusia dianggap dibekali dengan serangkaian skema terinternalisasi yang digunakan untuk melahirkan persepsi, pemahaman, apresiasi, dan evaluasi atau kemampuan menilai terhadap dunia sosial.<sup>32</sup>

Dalam hal ini habitus dianggap sebagai suatu kewajaran dalam pikiran manusia atau sebagai akal sehat. Habitus mencoba menyebutkan bahwa manusia bertindak secara wajar dan objektif dalam merefleksikan diri dalam struktur kelas. Seperti kelompok usia, jenis kelamin, dan kelas sosial. Untuk itulah habitus sering disebut sebagai upaya menstrukturkan struktur dalam dunia sosial.<sup>33</sup>

Selanjutnya Ranah (arena) disebut Bourdieu sebagai jaringan relasi antar posisi objektif di dalamnya. Keberadaan relasi-relasi ini terpisah dari kesadaran

---

<sup>31</sup>Nanang Krisdinanto, "Pierre Bourdieu, Sang Juru Damai", Jurnal KANAL, Vol. 2 No. 2 (Maret 2014), 194-197

<sup>32</sup>George Ritzer & Douglas J. Goodman, Teori Sosiologi; Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009), 581

<sup>33</sup>ibid

dan kehendak individu. Relasi tersebut bukanlah interaksi atau ikatan intersubjektif antar individu. Kedudukan pada arena bisa saja agen, institusi yang dipaksakan dalam struktur arena.<sup>34</sup> Lebih lanjut disebutkan oleh Bourdieu bahwa arena bisa saja dianalogikan seperti arena pertempuran, dan arena perjuangan. Disebut demikian karena arena dalam strukturnya menopang dan mengarahkan strategi yang digunakan oleh orang-orang yang menduduki posisi ini untuk berupaya, baik individu maupun kolektif mengamankan, atau meningkatkan posisi kekuasaan, dan menerapkan prinsip hierarkisasi yang paling relevan.<sup>35</sup>

Dialektika konsep habitus dan arena (ranah) ini melahirkan beberapa pandangan bahwa di dalam arena terdapat kegiatan serupa halnya dengan pasar kompetitif yang melahirkan konsep modal dalam strateginya. Jika dalam modal ekonomi bisa secara gamblang diidentifikasi, maka dalam hal kategorisasi modal tersebut yakni modal ekonomi, modal sosial, modal kultural, dan modal simbolik.<sup>36</sup> Demikian pula dialektika habitus, produk sejarah, dan ranah melahirkan praktik. Pada saat yang sama pula habitus dan ranah juga merupakan produk dari medan daya-daya yang ada di masyarakat. Dalam suatu ranah ada pertarungan, kekuatan-kekuatan serta orang yang memiliki banyak modal dan orang yang tidak memiliki modal. Modal merupakan konsentrasi kekuatan, suatu kekuatan spesifik yang beroperasi di dalam ranah. Setiap ranah menuntut untuk

---

<sup>34</sup>ibid

<sup>35</sup>ibid

<sup>36</sup>ibid

memiliki modal-modal khusus agar dapat hidup secara baik dan bertahan di dalamnya.<sup>37</sup>

Dalam ranah intelektual misalnya, seseorang harus memiliki modal istimewa dan spesifik seperti otoritas, prestasi dan sebagainya untuk dapat menampilkan tindakan yang dihargai dan membuatnya menjadi individu yang berpengaruh. Selain itu ia juga harus memiliki habitus yang memberinya strategi dan tingkah laku yang memungkinkannya menyesuaikan diri dan beradaptasi secara memadai dengan ranah intelektual.<sup>38</sup>

Demikian penjelasan atas kategorisasi dari modal yang disebutkan searah dengan pemikiran Bourdieu:

### **2.3.1. Modal Ekonomi**

Modal ekonomi adalah sumber daya yang bisa menjadi sarana produksi dan sarana finansial. Modal ekonomi ini merupakan jenis modal yang mudah dikonversikan ke dalam bentuk-bentuk modal lainnya. Modal ekonomi ini mencakup alat-alat produksi (mesin, tanah, buruh), materi (pendapatan dan benda-benda), dan uang. Semua jenis modal ini mudah digunakan untuk segala tujuan serta diwariskan dari generasi ke generasi selanjutnya.<sup>39</sup> Lebih lanjut terkait modal ekonomi, Firmanzah mengkategorisasikan lebih jelas bahwa modal ekonomi yang nampak adalah uang. Modal uang digunakan untuk membiayai kampanye. Masing-masing partai/ politisi berusaha untuk meyakinkan publik bahwa

---

<sup>37</sup>Richard Harker, dkk., (Habitus x Modal) + Ranah = Praktik Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu (Yogyakarta: Jalasutra, 2009),

<sup>38</sup>ibid

<sup>39</sup>ibid

partai/politisi tersebut adalah partai/politisi yang lebih peduli, empati, memahami benar persoalan bangsa dan memperjuangkan aspirasi rakyat. Salurannya adalah melalui media promosi, seperti TV, lobi ke ormas, koran, radio, baliho, spanduk, sewa konsultan politik dan pengumpulan massa, semuanya itu membutuhkan dana yang besar.<sup>40</sup>

Sebenarnya modal ekonomi ini adalah tradisi Marxian. Bentuk-bentuk modal didefinisikan dengan merujuk pada penguasaan ekonomi. Konsepsi Marxian tentang modal dianggap terlalu menyempitkan pandangan atas gerak sosial yang terjadi dalam masyarakat. Namun Bourdieu tetap menganggap penting modal ekonomi, yang di antaranya adalah alat-alat produksi (mesin, tanah, tenaga kerja), materi (pendapatan, benda-benda), dan uang. Modal ekonomi merupakan modal yang secara langsung bisa ditukar, dipatenkan sebagai hak milik individu. Modal ekonomi merupakan jenis modal yang relatif paling independen dan dan fleksibel karena modalekonomi secara mudah bisa digunakan atau ditransformasi ke dalam ranahranah lain serta fleksibel untuk diberikan atau diwariskan pada orang lain.<sup>41</sup>

### **2.3.2. Modal Kultural**

Modal kultural adalah keseluruhan kualifikasi intelektual yang bisa diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga, seperti kemampuan menampilkan diri di depan publik, kepemilikan benda-benda budaya bernilai tinggi, pengetahuan dan keahlian tertentu hasil pendidikan formal,

---

<sup>40</sup>ibid

<sup>41</sup>Firmanzah, Persaingan, Legitimasi Kekuasaan dan Marketing politik (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2010), IV

sertifikat (termasuk gelar sarjana).<sup>42</sup> Contoh lain modal kultural adalah kemampuan menulis, cara pembawaan dan cara bergaul yang berperan dalam penentuan kedudukan sosial. Dengan demikian modal kultural merupakan representasi kemampuan intelektual yang berkaitan dengan aspek logika, etika, maupun estetika. Atau dalam bahasa lainnya disebut sebagai modal yang berdasar pada pengetahuan yang dilegitimasi.<sup>43</sup>

Modal kultural pada dasarnya berupa keyakinan akan nilai-nilai (values) mengenai segala sesuatu yang dipandang benar dan senantiasa diikuti dengan upaya untuk mengaktualisasikannya. Modal kultural tidak dengan sendirinya teraktualisasikan dalam realita yang bermanfaat bagi orang yang meyakini, dan atau masyarakat pada umumnya. Mirip dengan kemanfaatan modal sosial, modal kultural dapat berhenti sebagai mutiara terpendam yang tidak memberikan manfaat apapun. Kemampuan dan komitmen tinggi sangat dibutuhkan untuk memelihara, melestarikan, memperbaharui, dan memanfaatkannya.<sup>44</sup>

### **2.3.3. Modal Sosial**

Modal sosial adalah segala jenis hubungan sebagai sumber daya untuk penentuan kedudukan sosial.<sup>45</sup> Menurut Bourdieu modal sosial ini sejatinya merupakan hubungan sosial bernilai antar orang. Hal tersebut bisa dicontohkan sebagian masyarakat yang berinteraksi antar kelas dalam lapisan sosial

---

<sup>42</sup>ibid

<sup>43</sup>ibid

<sup>44</sup>Sumarno, dkk, "Orientasi Modal Sosial dan Modal Kultural di Fakultas Ilmu Pendidikan U.N.Y, Jurnal Ilmu Pendidikan, Vol. 6 No. 2 (September, 2013), 70

<sup>45</sup>ibid

masyarakat.<sup>46</sup> Dalam ulasan buku yang berbeda, modal sosial memiliki kecenderungan fokus agar menghindari pembiasan makna. Pengenaan fokus tersebut terletak pada tiga hal pokok penting. Pertama, modal sosial yang dimiliki menyangkut institusi-institusi, norma, nilai, konvensi, konsep hidup, *codes of conduct*, dan sejenisnya. Kedua, pola pengelolaan modal sosial yang menjadi bagian analisis adalah bernilai produktif bagi terciptanya kepaduan sosial (*social cohesiveness*). Ketiga, kebermaknaan modal sosial tersebut hanya dalam konteks interaksi dengan dunia luar yang sewajarnya harus terlibat proses-proses negosiasi dan adaptasi. Sehingga pada gilirannya menggiring individu-individu lain melangsungkan tindakan *reinterpretatif* terhadap modal sosial yang dimiliki.<sup>47</sup>

Di lain hal dalam mendefinisikan modal sosial diukur dalam tiga cara. Dukungan kelompok kolektif calon diukur dengan jumlah dukungan kandidat lain menerima. Pengukuran ini juga akan menyertakan dukungan dari individu, dengan asumsi bahwa dukungan individu membawa pada dukungan kolektif, bukan hanya mewakili individu memberikan dukungan tersebut. Pengukuran kedua menunjukkan ikatan pribadi calon kelompok- kelompok di mana kandidat langsung berpartisipasi di luar partai politik. Kelompok tersebut misalnya, akan kelompok-kelompok sipil lokal, keanggotaan gereja, asosiasi profesional, dan klub. Pengukuran ketiga dari modal sosial adalah pengakuan nama. Pengukuran ini menunjukkan seberapa dikenal calon dalam asosiasi-nya.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup>ibid

<sup>47</sup>ibid

<sup>48</sup>Fawaizul Umam, dkk., *Membangun Resistensi Merawat Tradisi Modal Sosial Komunitas Wetu Telu* (Mataram: Lembaga Kajian Islam dan Masyarakat, 2006), 5

Artinya pun diungkapkan Field menjelaskan bahwa pusat perhatian utamanya dalam modal sosial adalah tentang pengertian “tataran sosial”. Menurutny bahwa modal sosial berhubungan dengan modal-modal lainnya, seperti modal ekonomi dan modal budaya. Ketiga modal tersebut akan berfungsi efektif jika kesemuanya memiliki hubungan. Modal sosial dapat digunakan untuk segala kepentingan dengan dukungan sumberdaya fisik dan pengetahuan budaya yang dimiliki, begitu pula sebaliknya. Dalam konteks hubungan sosial, eksistensi dari ketiga modal (modal sosial, modal ekonomi dan budaya) tersebut merupakan garansi dari kuatnya ikatan hubungan sosial.<sup>49</sup>

Modal sosial atau *Social Capital* merupakan sumber daya yang dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru. Sumber daya yang digunakan untuk investasi, disebut dengan modal. Modal sosial cukup luas dan kompleks. Modal sosial disini tidak diartikan dengan materi, tetapi merupakan modal sosial yang terdapat pada seseorang. Misalnya pada kelompok institusi keluarga, organisasi, dan semua hal yang dapat mengarah pada kerjasama. Modal sosial lebih menekankan pada potensi kelompok dan pola-pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok, dengan ruang perhatian pada kepercayaan, jaringan, norma dan nilai yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok.<sup>50</sup>

Sebagaimana modal lain, analog dengan sistem produksi, kemanfaatan modal sosial juga sangat bergantung pada cara-cara yang diupayakan untuk

---

<sup>49</sup>ibid

<sup>50</sup>ibid

melestarikan, memelihara, memperkuat, memperbaharui bila dimungkinkan, dan mendayagunakannya. Salah urus atau penyalahgunaan terhadap modal sosial, akan menghasilkan kerugian dan dampak negatif lainnya. Sebaliknya, pengurusan yang tepat, pengelolaan yang benar, akan menghasilkan energi positif bagi berbagai pihak.<sup>51</sup>

#### **2.3.4. Modal Simbolik**

Modal simbolik adalah jenis sumber daya yang dioptimalkan dalam meraih kekuasaan simbolik. Kekuasaan simbolik sering membutuhkan simbol-simbol kekuasaan seperti jabatan, mobil mewah, kantor, prestise, gelar, status tinggi, dan keluarga ternama. Artinya modal simbolik di sini dimaksudkan sebagai semua bentuk pengakuan oleh kelompok, baik secara institusional atau non-institusional. Simbol itu sendiri memiliki kekuatan untuk mengkonstruksi realitas, yang mampu menggiring orang untuk mempercayai, mengakui dan mengubah pandangan mereka tentang realitas seseorang, sekelompok orang, sebuah partai politik, atau sebuah bangsa.<sup>52</sup>

Proses kuasa simbolik bisa disebut terjadi saat otonomi ranah tersebut melemah sehingga memungkinkan munculnya pemikiran lain yang disampaikan agen-agen dalam ranah tersebut untuk mempertanyakan, menantang, atau bahkan menggantikan doksa yang dimaksud. Pada titik ini, Bourdieu menyebut konsep heterodoksa dan ortodoksa. Pemikiran “yang menantang“ tersebut disebutnya sebagai heterodoksa, yaitu pemikiran yang disampaikan secara eksplisit yang

---

<sup>51</sup>Sumarno, dkk, “Orientasi Modal Sosial dan Modal Kultural di Fakultas Ilmu Pendidikan U.N.Y.”, 69-70

<sup>52</sup>ibid

mempertanyakan sah atau tidaknya skema persepsi dan apresiasi yang tengah berlaku. Sedangkan ortodoksa merujuk pada situasi di mana doksa dikenali dan diterima dalam praktik. Dengan kata lain, kelompok dominan yang memiliki kuasa berusaha mempertahankan struktur ranah yang didominasinya dengan memproduksi ortodoksa.<sup>53</sup>

Modal simbolik mengacu pada derajat akumulasi prestise, ketersohoran, konsekrasi atau kehormatan, dan dibangun di atas dialektika pengetahuan (*connaissance*) dan pengenalan (*reconnaissance*). Modal simbolik tidak lepas dari kekuasaan simbolik, yaitu kekuasaan yang memungkinkan untuk mendapatkan setara dengan apa yang diperoleh melalui kekuasaan fisik dan ekonomi, berkat akibat khusus suatu mobilisasi. Modal simbolik bisa berupa kantor yang luas di daerah mahal, mobil dengan sopirnya, namun bisa juga petunjuk-petunjuk yang tidak mencolok mata yang menunjukkan status tinggi pemiliknya. Misalnya, gelar pendidikan yang dicantumkan di kartu nama, cara bagaimana membuat tamu menanti, cara mengafirmasi otoritasnya.<sup>54</sup>

Meskipun memiliki peran penting dalam praktik, modal-modal tersebut tidak otomatis memiliki kekuatan signifikan di dalam suatu ranah. Setiap ranah memiliki kebutuhan modal spesifik yang berbeda dengan kebutuhan ranah lain. Kekuatan modal ekonomi seseorang dalam ranah kekuasaan boleh jadi efektif memampukannya bertarung, namun dalam ranah sastra, yang pertaruhannya ada

---

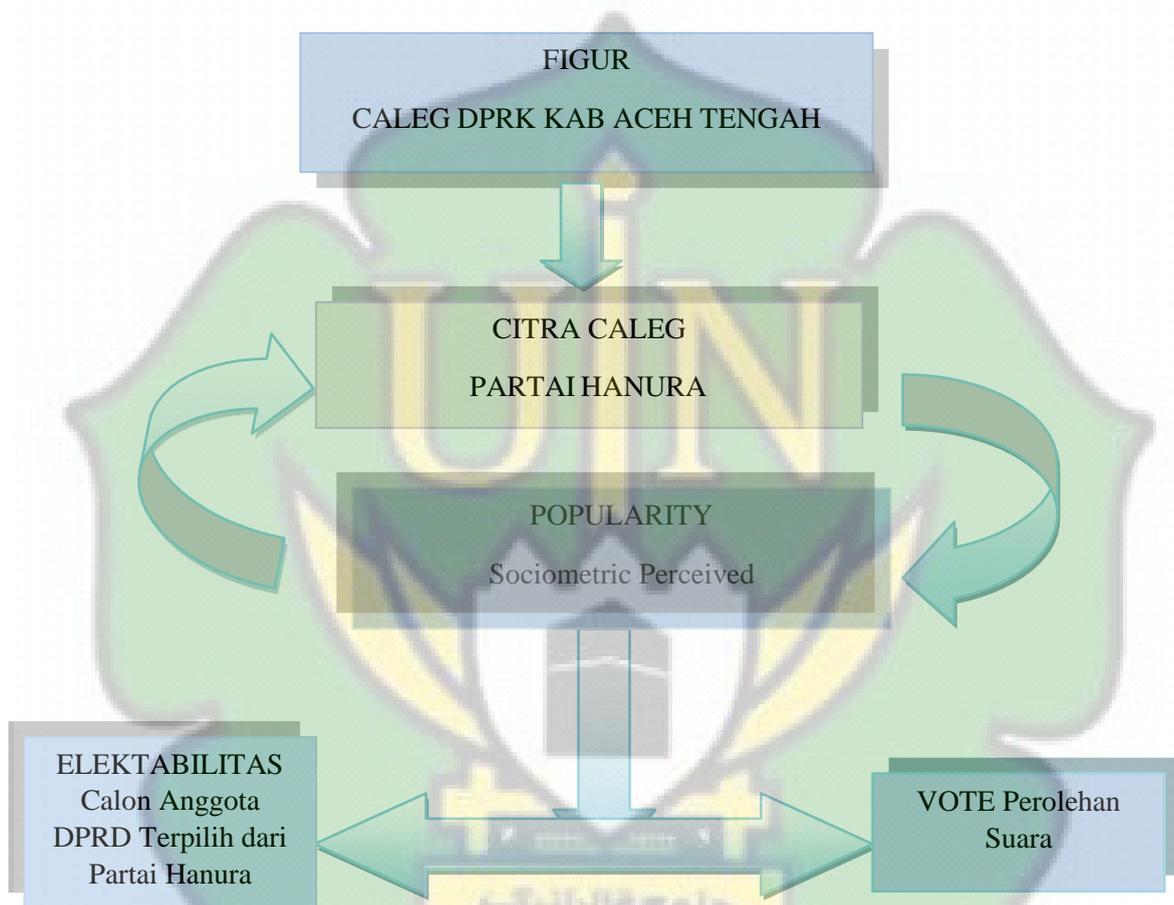
<sup>53</sup>ibid

<sup>54</sup>Haryatmoko, "Landasan Teoritis Gerakan Sosial Menurut Pierre Bourdieu: Menyingkap Kepalsuan Budaya Penguasa", Jurnal/ Majalah BASIS, No. 11-12 (November-Desember 2003), 43-45

pada legitimasi, yang dibutuhkan lebih pada modal kultural serta modal simbolik.

Bourdieu mengilustrasikan perbedaan jenis modal yang signifikan.<sup>55</sup>

#### 2.4. Kerangka Alur Berfikir



**Gambar 1. Kerangka Alur Berfikir**

Pada gambar di atas menunjukkan faktor figur tercipta karena adanya peranan citra semua anggota partai bukan hanya ketua umum melainkan dari anggota, relawan, simpatisan, dan kader Partai Hanura itu sendiri.

<sup>55</sup>Nanang Krisdinanto, "Pierre Bourdieu, Sang Juru Damai", Jurnal KANAL, Vol. 2 No. 2 (Maret 2014), 194-197

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui. Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan Pemilu Legislatif 2019 ( Studi kasus: Pemenangan Abadi Ayus di Dapil IV Kab. Aceh Tengah). Maka peneliti menggunakan pendekatan Kualitatif. Dengan menggunakan metode ini diharapkan agar penelitian yang dilakukan dapat tepat sasaran. Penelitian Kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individu maupun kelompok.<sup>56</sup> Data yang didapatkan kemudian dianalisis untuk memperoleh jawaban terhadap suatu permasalahan yang timbul.

#### **3.2. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian melihat Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan Pemilu Legislatif 2019 ( Studi kasus: Pemenangan Abadi Ayus di Dapil IV Kab. Aceh Tengah).

#### **3.3. Lokasi Penelitian**

Penentuan lokasi penelitian bertujuan untuk lebih mempersempit ruang penelitian dalam pembahasan, sekaligus untuk mempertajam fenomena sosial yang dikaji sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan. Penelitian ini akan dilakukan di Kab. Aceh Tengah.

---

<sup>56</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal.11

### 3.4. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan Sumber data penelitian ini adalah :

- a. Data primer ,yakni dimana data penelitian yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi. Didalam penelitian ini data primer didapatkan melalui observasi,wawancara langsung dengan informan.
- b. Data sekunder, yakni data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui laporan advokasi pemberitaan media massa, atau dihasilkan dari pihak lain atau digunakan oleh lembaga lainya yang bukan merupakan pengelolanya namun dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder dalam penelitian juga didapatkan dari situs-situs institusi yang resmi yang dapat menjadikan suatu referensi berdasarkan kajian penelitian ini, selain itu juga dari referensi buku, jurnal, ebook dan artikel yang terkait dengan pembahasan penelitian Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan Pemilu Legislatif 2019 ( Studi kasus: Pemenangan Abadi Ayus di Dapil IV Kab. Aceh Tengah).

### 3.5. Informan Penelitian

No	Informan	Jumlah
1	Abadi ayus DPRK Aceh Tengah	1
2	Timses Abadi ayus	2
3	Masyarakat Dapil IV (wilayah kecamatan meliputi, bebesen, bies, kute panang)	6
4	Sekretaris Partai Hanura	1
	Jumlah	10

### 3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian. Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>57</sup> Teknik pengumpulan data merupakan teknik-teknik yang digunakan oleh peneliti dalam usaha mengumpulkan data dari lapangan. Peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai teknik pengumpulan data sebagai berikut:

---

<sup>57</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal.308

a. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya, karena observasi tidak hanya mendapatkan informasi terbatas pada orang, maka metode ini dilakukan pada awal penelitian, dengan tujuan untuk memperoleh gambaran tentang keadaan permasalahan yang diteliti untuk dijadikan pedoman, petunjuk dan arah dalam melakukan penelitian.<sup>58</sup> Teknik pengumpulan data dengan cara observasi merupakan pengamatan peneliti untuk memperbanyak hasil temuan yang tidak hanya mendapatkan informasi terbatas pada orang tetapi juga terhadap objek alam lainnya, agar peneliti lebih mengenal situasi dan dapat mengumpulkan keterangan yang lebih banyak.

b. *Interview* (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh kedua belah pihak dengan maksud tertentu, yaitu adanya pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan terwawancara (yang memberikan jawaban dari atas pertanyaan-pertanyaan).<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup>Lexi J. Meleow, *Metode Penelitian Kualiatatif*, Remaja Rosdakarya, 2015

<sup>59</sup>Mayang Sari Lubis, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2018. hal.23,

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, koran, majalah, notulen rapat, agenda dan lain-lain, dengan metode dokumentasi memiliki keunggulan dari segi efisien waktu dan tenaga.<sup>60</sup>

### 3.7. Teknik Analisis Data

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih dan memilah data mengabstraksikan dan mentransformasikan data mentah yang diperoleh dari lapangan. Proses ini dapat berlangsung selama penelitian dilakukan dari awal sampai dengan akhir. Fungsi reduksi data ialah menggolongkan, mengarahkan, menajamkan dan membuang yang tidak penting serta mengorganisasikan sehingga interpretasi bias ditarik.

b. Penyajian Data

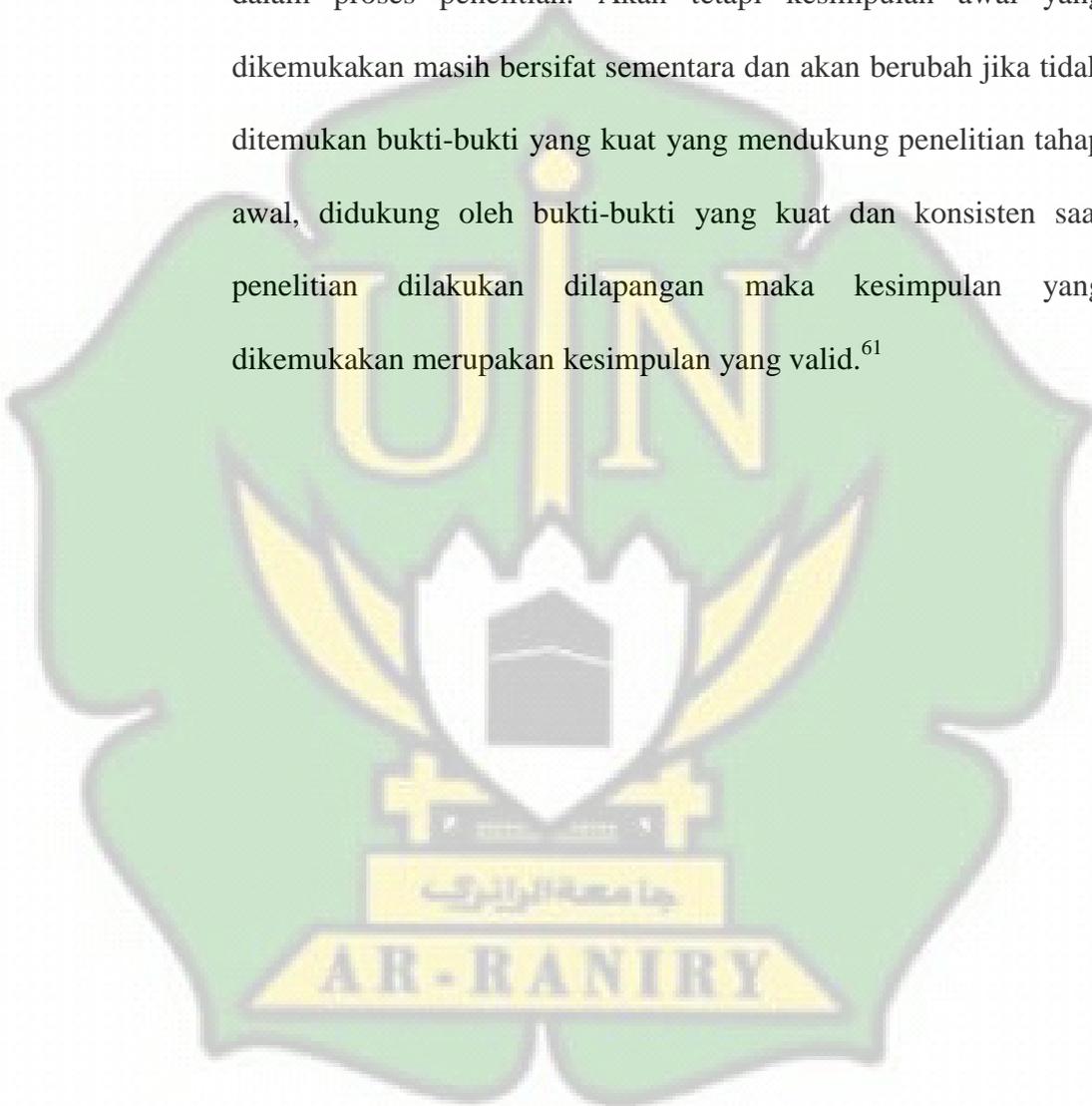
Penyajian data adalah tahap kedua setelah melakukan reduksi data, yakni menyajikan data dalam bentuk teks naratif, matriks, jaringan atau bagan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan membaca data dan menarik kesimpulan. Penyajian ini dilakukan dengan cara mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi satu atau beberapa kategori dan dilakukan secara sistematis.

---

<sup>60</sup>Johni Dimiyati, Metodologi Penelitian Pendidikan & Aplikasinya, Jakarta: Kencana, 2013. hal.100,

c. Menarik Kesimpulan Atau Verifikasi

Menarik kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap lanjutan dari penyajian data, yakni menarik kesimpulan yang dilakukan selama dalam proses penelitian. Akan tetapi kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung penelitian tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang kuat dan konsisten saat penelitian dilakukan di lapangan maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang valid.<sup>61</sup>



---

<sup>61</sup>Mayang Sari Lubis, Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Deepublish, 2018 hal.23,

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

#### **4.1. Profil Abadi Ayus**

Abadi Ayus merupakan salah satu seniman Gayo dan tokoh masyarakat yang dikenal luas oleh masyarakat mulai dari kalangan muda sampai dewasa sekalipun di Aceh tengah sebagai penyanyi senior daerah. Berkat lewat lagu-lagunya menceritakan tentang budaya Gayo, cinta, alam dan filsafah Gayo, Yang menjadikan nama Abadi Ayus tak asing bagi masyarakat. Abadi ayus banyak berperan penting perkembangan terhadap budaya Gayo yang menginspirasi masyarakat untuk melestarikan kebudayaan daerah. Abadi Ayus yang terpilih dalam pemilu legislatif 2019 Dapil IV Kab. Aceh Tengah wilayah kecamatan meliputi, Bebesen, Bies, Kute Panang dengan alokasi 8 kursi. Abadi Ayus menjadi perwakilan partai Hanura satu-satunya.

Dari hasil rekapitulasi suara yang direkap oleh lembaga yang dipimpinnya, di daerah pemilihan empat Kabupaten Aceh Tengah meliputi Kecamatan Bebesen, Kecamatan Bies dan Kecamatan Kute Panang. Abadi Ayus juga merupakan salah seorang anggota legislatif dari Partai Hanura yang saat ini menjabat sebagai Wakil Ketua Komisi C, DPRK Aceh Tengah. DPC Partai Hanura, sebelumnya dijabat oleh Azlin, selama dua periode dan setelah habis masa jabatan, posisi ketua sempat dijabat oleh Pelaksana Tugas (Plt) Zunedi. Kader Partai Hanura yang menjadi anggota legislatif Aceh Tengah, hanya satu orang yaitu Abadi Ayus. Selain sebagai politisi, Abadi Ayus dikenal sebagai salah seorang seniman yang namanya sudah tidak asing lagi di telinga warga

kota dingin itu.

## **4.2. Faktor Yang Mempengaruhi Kemenangan Abadi Ayus Pada Pileg 2019**

### **1. Faktor Populeritas**

Dalam memperoleh kemenangan Abadi Ayus pada Pileg 2019 silam memang tidak dapat dipungkiri bahwa faktor populeritas sangat berperan penting. Latar belakang Abadi Ayus sebagai seniman yang terkenal di kalangan masyarakat menjadi nilai tambah tersendiri yang tidak dimiliki oleh kandidat lain. Selain itu mampu mengangkat performa Partai Hanura dalam pemilu legislatif adalah performa figur yang terdaftar dalam surat suara. Secara popularitas figur, Hanura diuntungkan dengan kehadiran figur seniman populer pada daftar calon tetap partai. Abadi Ayus merupakan diva musik yang sangat populer bagi warga Aceh Tengah. Kiprahnya di dunia industri hiburan selalu menjadi bahan obrolan warga. Kedekatan hubungannya dengan warga Aceh Tengah masih terbangun secara simbolik melalui seni-seni yang ditampilkannya. Kedekatan Abadi Ayus dengan pemilih menempatkannya pada posisi pertama sebagai figur paling dikenal oleh masyarakat se-Aceh Tengah. Berdasarkan informasi dari tim sukses Abadi Ayus, kehadiran sosok seniman dalam daftar calon legislatif dari Partai Hanura mendapat sambutan yang meriah dari masyarakat. Lebih lanjut menurut tim sukses tersebut dijelaskan bahwa:

*Menurut saya Abadi Ayus terpilih karena murni kepopulerannya sebagai seniman dan dia dapat menunjukkan citranya sebagai seniman atau penyanyi yang tidak elitis. Sama sekali kita tidak mengeluarkan biaya khusus untuk money politik. Biaya yang dikeluarkan lebih banyak untuk kampanye dan koordinasi di lapangan, serta pembuatan pemberitaan media massa dan branding di media sosial. Satu hal lagi, Abadi Ayus*

*mulai aktif turun ke masyarakat dengan mendatangi satu per satu rumah warga yang sudah ditentukan oleh tim pemenangan. Selama kampanye berlangsung setiap harinya mendatangi 2-3 rumah dengan durasi per rumahnya kurang lebih 10 menit. Setiap kali kampanye di rumah warga, akan muncul tawaran untuk mengunjungi desa atau rumah lain. Masyarakat akan berbondong-bondong mendatangi kampanye Abadi Ayus.<sup>62</sup>*

Berdasarkan wawancara di atas menjelaskan bahwa kemenangan yang diperoleh oleh Abadi Ayus murni dari kepupolerannya sebagai penyanyi atau seniman. Citranya yang baik dan tidak elit ramah dengan masyarakat mampu menarik simpati masyarakat. Selain itu Abadi Ayus menjauhi budaya money politik dan menyempatkan berkunjung ke rumah rumah masyarakat mampu menempatkan Abadi Ayus di hati masyarakat. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kepopuleran menjadi salah satu faktor penting dalam kemenangan Abadi Ayus di pemilu legislative 2019 silam.

Selanjutnya pihak Partai Hanura juga menyampaikan bahwa popularitas yang dimiliki oleh abadi ayus merupakan faktor utama kemenangan pada pileg 2019 silam. Dimana dengan popularitas dan kemampuan diri Abadi Ayus dipilih oleh masyarakat. Seperti yang diketahui bahwa Abadi Ayus sangat terkenal dibidang seni di Aceh Tengah. Selain itu juga ramah terhadap pemuda-pemuda daerah yang menekuni bidang seni. Jadi dengan demikian para seniman akan menggantungkan nasib kesejahteraannya kepada kandidat. Hal ini disampaikan oleh sekretaris partai hanura dalam wawancaranya:

---

<sup>62</sup>Wawancara dengan Timses Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

*Iya benar, karena popularitas dan kemampuan beliau lah bapak ayus dipilih oleh masyarakat. Seperti yang kita tahu bahwa beliau cukup terkenal dibidang seni di Aceh Tengah juga dekat dengan pemuda pemuda daerah yang menekuni bidang seni. Jadi dengan begitu para seniman akan menggantungkan nasib kesejahteraannya kepada bapak ayus.<sup>63</sup>*

Berdasarkan wawancara di atas menjelaskan bahwa kepopuleran menjadi faktor utama terhadap kemenangan Abadi Ayus pada pileg 2019 silam. Kedekatan Abadi Ayus dengan masyarakat sekitar seperti dengan pemuda yang menekuni bidang seni menjadi strategi yang tepat untuk menarik simpati para seniman.

Kemudian menurut Abadi Ayus menjelaskan bahwa kepopuleran yang beliau miliki memang sangat membantu dalam menarik simpati masyarakat. Dengan modal tersebut beliau yakin akan mampu meraih suara dari masyarakat sekitar. Selain itu kedekatan beliau dengan para seniman akan sangat mungkin meraih kemenangan pada pileg 2019 tersebut, hal ini dikarenakan Abadi Ayus merupakan seniman yang sangat mengayomi dan peduli terhadap kelompok-kelompok seniman yang ada di Aceh Tengah. Hal ini disampaikan oleh Abadi Ayus dalam wawancaranya:

*Kepopuleran yang saya miliki memang menjaddi faktor utama dan sangat membantu dalam menarik simpati masyarakat. Dengan modal tersebut saya yakin bisa meraih suara dari masyarakat sekitar. Selain itu saya juga sangat dekat dengan para seniman bak seniman muda maupun seniman senior, kan saya juga seorang seniman ya, jadi saya sangat mengayomi dan peduli terhadap kelompok-kelompok seniman yang ada di Aceh Tengah.<sup>64</sup>*

---

<sup>63</sup>Wawancara dengan sekretaris Partai Hanura pada tanggal 22 Agustus 2021 di Aceh Tengah

<sup>64</sup>Wawancara dengan Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

Berdasarkan wawancara di atas dapat penulis simpulkan bahwa kedekatan Abadi Ayus dengan para seniman muda dan seniman senior juga sangat mempengaruhi kemenangan Abadi Ayus pada pileg 2019 silam. Abadi Ayus yakin dengan sifat beliau yang mengayomi dan peduli dengan kelompok seniman yang ada di Aceh Tengah akan mampu menarik simpati dan suara mereka.

## **2. Faktor Komunikasi parasosial empatik**

Selanjutnya masyarakat juga sangat menyenangi sifat dari sosok Abadi Ayus yang sangat ramah dengan masyarakat meskipun Abadi Ayus merupakan seniman yang terkenal. Abadi Ayus tidak segan-segan menyapa masyarakat sekitar. Selain itu Abadi Ayus juga sangat menghargai dan mendengar setiap masukan yang disarankan oleh masyarakat dalam setiap pertemuan yang mereka lakukan. Hal ini disampaikan oleh masyarakat dapil IV dalam wawancaranya:

*Walaupun sudah sangat terkenal karena karyanya beliau tidak sombong, orangnya ramah setiap berjumpa pasti beliau sapa. Selain itu beliau juga sering melakukan pertemuan dengan masyarakat-masyarakat disini, setiap masukan yang kami sarankan selalu dihormati dan didengar.<sup>65</sup>*

Berdasarkan wawancara di atas dapat dilihat bahwa kedekatan dan keramahan Abadi Ayus kepada masyarakat juga menjadi faktor penting terhadap kemenangan Abadi Ayus dalam pileg 2019 silam. Selain memang sudah terkenal karena karyanya, Abadi Ayus juga terkenal dengan sifat ramah dan peduli dengan masyarakat.

Lebih lanjut Keberhasilan Abadi Ayus lolos menjadi anggota DPRK pun tidak sepenuhnya diperoleh karena popularitasnya sebagai seorang seniman

---

<sup>65</sup>Wawancara dengan masyarakat kecamatan bebesen, bies dan kute panang pada tanggal 23 Agustus 2021 di Aceh Tengah

terkenalakan tetapi juga strategi pola komunikasi parasosial yang dibangunnya. Pada saat kampanye Abadi Ayus sangat mendekatkan diri ke masyarakat untuk mendapat simpati dari masyarakat. Seperti mengunjungi setiap perkampungan untuk berkomunikasi dengan tetua-tetua kampung dan ketua-ketua pemuda kampung. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh tim pemenangan Abadi Ayus dalam wawancaranya:

*Kita juga tidak bisa sepenuhnya berpegang pada kepopuleran yang dimiliki oleh bapak Abadi Ayus juga. Akan tetapi pendekatan dan komunikasi dengan masyarakat harus juga kita bangun supaya ada kedekatan antara masyarakat dengan bapak. Jadi strategi kami mendatangi setiap perkampungan dan berkampanye disana dengan didampingi oleh tetua-tetua kampung dan pemuda-pemuda kampung. Hal ini dilakukan untuk mendapat simpati dari masyarakat tersebut.<sup>66</sup>*

Berdasarkan wawancara di atas menjelaskan bahwa selain populeritas komunikasi dengan masyarakat juga menjadi salah satu faktor pendukung dalam kemenangan Abadi Ayus pada pilg 2019 silam. Seperti berkampanye dengan mendatangi kampung-kampung tersebut didampingi oleh tetua-tetua kampung dan pemuda pemuda kampung dengan demikian berhasil mendapatkan simpati masyarakat di pileg 2019 silam.

Hal yang sama disampaikan oleh Abadi Ayus bahwa kemenangan yang diperoleh olehnya tidak semata-merta hanya karena kepopuleran saja akan tetapi komunikasi yang dibangun terhadap masyarakat juga sangat mengambil peran penting karena menurut Abadi Ayus dukungan dari lingkungan itu sangat berpengaruh. Sehingga Abadi Ayus perlu mendekatkan diri dan mengenalkan diri

---

<sup>66</sup>Wawancara dengan Timses Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

lebih mendalam kepada masyarakat sekitar. Hal ini diungkapkan oleh Abadi Ayus dalam wawancaranya:

*Benar memang kepopuleran menjadi faktor penting dalam kemenangan pileg kemarin, tapi perlu diingatkan juga bahwa kedekatan dan komunikasi langsung yang kami lakukan dengan masyarakat tidak kalah penting karena kepopuleran hanya dikenal begitu saja tidak secara mendalam, jadi kami harus turun langsung ke kampung-kampung untuk melakukan pendekatan lebih mendalam. Jadi pendekatan dengan masyarakat dan dukungan dari lingkungan juga merupakan salah satu faktor yang penting dalam kemenangan pileg 2019 silam.<sup>67</sup>*

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa selain kepopuleran komunikasi dan pendekatan yang dilakukan kepada masyarakat juga menjadi salah satu faktor kemenangan Abadi Ayus pada pileg 2019 silam. Abadi Ayus membangun komunikasi yang baik dan pendekatan turun langsung ke lapangan untuk mendapat simpatian dari masyarakat. Hal tersebut terbukti mampu memenangkan Abadi Ayus pada pileg 2019 silam.

Selanjutnya disampaikan juga oleh sekretaris partai Hanura bahwa selain dengan kepopuleran perlu juga membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat. Seperti dengan cara mengkampanyekan diri, visi misi dan program-program yang akan dilaksanakan oleh Abadi Ayus dimasa depan ke kampung-kampung. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat mengenal Abadi Ayus secara mendalam dan mendapat simpati serta empati dari masyarakat sekitar. Hal ini disampaikan oleh sekretaris partai hanura dalam wawancaranya:

*Tidak mungkin hanya berharap pada kepopuleran kan, jadi strategi lain juga harus disiapkan seperti kampanye secara rutin turun kelapangan dengan mengunjungi kampung-kampung dalam rangka menyampaikan program-program dan visi misi yang akan kami wujudkan di masa depan jika terpilih. Ini kami lakukan untuk mengenalkan kandidat dengan*

---

<sup>67</sup>Wawancara dengan Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

*masyarakat secara langsung dan secara mendalam kepada masyarakat agar timbul rasa dekat antara kandidat dan masyarakat. Sehingga masyarakat akan simpati dan memilih kandidat.*<sup>68</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa pendekatan dan komunikasi yang dibangun oleh Abadi Ayus kepada masyarakat dapat dikatakan sebagai salah satu faktor kemenangan Abadi Ayus pada pileg 2019. Dengan pendekatan tersebut masyarakat merasa simpati kepada Abadi Ayus sehingga memilih Abadi Ayus pada pileg 2019 silam. Strategi ini terbukti mampu memenangkan Abadi Ayus pada Pileg 2019.

### **3. Dukungan Keluarga dan Timses**

Lebih lanjut Abadi Ayus mengatakan bahwa selain kepopuleran dan dukungan dari masyarakat faktor lain yang tidak kalah penting ialah dukungan dari keluarga dan tim sukses yang mendukung secara suka rela mempersiapkan segala hal yang dibutuhkan. Seperti keluarga memberi dorongan dan semangat untuk maju dalam pileg 2019 silam, tim sukses yang mampu menyiapkan segala hal yang dibutuhkan di lapangan. Hal ini diungkapkan oleh Abadi Ayus dalam wawancaranya:

*Selain karena populer di masyarakat salah satu faktor lain yang sangat berperan dukungan dari pihak keluarga yang memberi semangat dan dorongan serta dukungan untuk maju dalam pileg 2019 dan timses yang sangat setia menyiapkan segala hal yang saya butuhkan untuk kepentingan berkampanye. Kalau bukan karena mereka mungkin tidak akan berjalan dengan mulus. Jadi saya rasa mereka merupakan salah satu faktor saya ada di kursi DPRK sekarang.*<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup>Wawancara dengan sekretaris Partai Hanura pada tanggal 22 Agustus 2021 di Aceh Tengah

<sup>69</sup>Wawancara dengan Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

Berdasarkan wawancara dia atas menjelaskan bahwa peran dan dukungan dari keluarga menjadi salah satu faktor penting dalam kemenangan Abadi Ayus dalam pileg 2019 silam. Selain itu peran tim pemenangan Abadi Ayus juga sangat penting dimana mereka yang menyiapkan segala kebutuhan alat kampanye Abadi Ayus.

Berdasarkan paparan-paparan di atas dapat penulis simpulkan bahwa ada beberapa faktor yang menentukan Abadi Ayus mendapatkan kemenangan dalam pencalonannya sebagai DPRK pada Pileg 2019 silam. Faktor pertama yakni kepopuleran yang dimilikinya membuat Abadi Ayus dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga menjadi bonus untuk Abadi Ayus, tanpa harus memperkenalkan diri masyarakat sudah kenal ini akan sangat mengurangi biaya promosi yang biasa dilakukan oleh banyak calon kandidat lainnya. Kedua Komunikasi parasosial empatik yang didasari oleh empati Abadi Ayus terhadap masyarakat. Pola komunikasi parasosial yang dilakukan oleh pihak Abadi Ayus terbukti mampu menarik simpati dan empati masyarakat sekitar. Ketiga dukungan dari keluarga yang setia memberi semangat, dorongan serta motivasi mampu menambah semangat Abadi Ayus dalam berpolitik dan tim pemenangan Abadi Ayus yang siap sedia dalam membantu Abadi Ayus menyiapkan segala alat kampanye.

#### **4.3. Pengaruh Popularitas Terhadap Kemenangan Abadi Ayus Pada Pileg 2019**

Untuk mengetahui seberapa berpengaruh popularitas seorang tokoh terhadap suatu kemenangan maka dapat dilihat dari seberapa dikenalnya tokoh tersebut dikalangan masyarakat. Abadi Ayus merupakan seorang seniman yang

ikut bertarung dalam kontestasi politik pada tahun 2019 lalu. Dengan latar belakang sebagai penyanyi membuat Abadi Ayus sangat dikenal oleh masyarakat Aceh Tengah hal ini. Oleh karena hal tersebut mampu mengantarkan sosok Abadi Ayus ke kursi DPRK Aceh Tengah. Menurut Abadi Ayus bahwa kepopulerannya memang benar mampu memenangkan kompetisi pileg tahun 2019 lalu hal ini disebabkan karena masyarakat sudah mengenal sosok Abadi Ayus, namun Abadi Ayus dalam berkampanye tetap mendekati diri dengan masyarakat di samping sudah lama dikenal oleh masyarakat karena berlatar belakang seniman, kemudian Abadi Ayus juga menyampaikan kepada masyarakat bahwa ini adalah pemilihan wakil rakyat yang mana diusahakan tidak diidentik dengan uang akan tetapi menawarkan program-program bermanfaat untuk rakyat jika Abadi Ayus berhasil menduduki kursi DPRK Aceh Tengah. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Abadi Ayus dalam wawancaranya:

*Kita memang harus mendekati diri dengan masyarakat di samping kita sudah lama dikenal oleh masyarakat karena kita seorang seniman, namun pendekatan diri dengan masyarakat tetap dibutuhkan. Kemudian kita sadarkan masyarakat bahwa kami ini adalah pemilihan wakil rakyat kami usahakan tidak diidentik dengan uang akan tetapi kita tawarkan program-program yang nanti bermanfaat untuk rakyat jika kita yang menduduki kursi tersebut, selain itu kita juga menawarkan kepada masyarakat visi misi yang jelas.<sup>70</sup>*

Dapat dilihat dari wawancara di atas menjelaskan bahwa benar latar belakang sebagai seniman dan kepopuleran yang dimiliki oleh Abadi Ayus mampu mengantarkan Abadi Ayus ke kursi DPRK Aceh Tengah di Dapil IV. Namun demikian hal tersebut dapat dicapai karena adanya pendekatan kepada

---

<sup>70</sup>Wawancara dengan Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

masyarakat yang dilakukan oleh Abadi Ayus. Seperti mengkampanyekan visi-misi yang jelas dan program-program yang mampu menarik perhatian masyarakat.

Hal di atas senada dengan yang disampaikan oleh salah satu Timses Abadi Ayus dalam wawancaranya bahwa dengan popularitas yang dimiliki oleh Abadi Ayus mampu membangkitkan energi positif dikalangan masyarakat dan menjadi poin bonus tersendiri yang tidak dimiliki oleh kandidat lain. Namun demikian pendekatan terhadap masyarakat tetap harus dilakukan. Hal ini dijelaskan oleh salah satu Timses Abadi Ayus dalam wawancaranya;

*Ada sisi positif dari bapak abadi ayus ini, dengan adanya kepopuleran beliau sebagai seniman menjadi poin bonus untuk beliau. Dengan latar belakang beliau tersebut kami tidak perlu lagi memperkenalkan siapa beliau ke publik, masyarakat sudah cukup mengenal abadi ayus ini. Sehingga yang perlu kami beritahukan bahwa beliau mencalonkan diri sebagai caleg, melakukan pendekatan ke masyarakat dengan menawarkan visi misi saja terutama kepada pegiat seni.<sup>71</sup>*

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dilihat bahwa popularitas yang dimiliki oleh Abadi Ayus menjadi bonus dan keistimewaan tersendiri yang tidak dimiliki oleh kandidat lain. Sehingga dengan demikian akan menjadi lebih mudah bagi Abadi Ayus untuk meraih kemenangan. Namun demikian pendekatan kepada masyarakat juga tidak kalah penting oleh karena itu tetap dilakukan agar masyarakat kenal lebih dalam dengan kandidat untuk menarik simpati dan minat masyarakat terhadap kandidat.

Kemudian sekretaris Partai Hanura mengatakan bahwa kepopuleran Abadi ayus sangat menguntungkan dalam menaikkan pamor partai di mata masyarakat, dimana partai tanpa harus memperkenalkan beliau sudah dikenal oleh

---

<sup>71</sup>Wawancara dengan Timses Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

masyarakat. Hal ini menjadi nilai lebih yang dimiliki oleh Abadi ayus sebagai modal utama untuk bertarung dalam pileg 2019 silam. Hal ini dijelaskan oleh sekretaris partai hanura dalam wawancaranya:

*Semua kandidat calon itu sudah pasti dipertimbangkan, jadi dengan kepopuleran yang bapak Abadi Ayus miliki ini akan sangat menguntungkan, selain menaikkan pamor partai di mata masyarakat juga partai tanpa harus memperkenalkan beliau sudah dikenal oleh masyarakat. Jadi ini menjadi nilai lebih yang dimiliki oleh bapak Abadi Ayus.<sup>72</sup>*

Berdasarkan wawancara di atas dapat penulis simpulkan bahwa partai dengan mencalonkan Abadi Ayus untuk maju pada pileg 2019 silam dengan mempertimbangkan keuntungan yang didapatkan oleh partai. Oleh karena itu dengan kepopuleran yang dimiliki oleh Abadi Ayus diperkirakan akan mampu menaikkan pamor partai tersebut di mata masyarakat dan meraih kemenangan.

Selanjutnya melalui wawancara masyarakat sekitar berpendapat bahwa kemenangan yang diperoleh oleh Abadi Ayus memang benar dikarenakan oleh kepopuleran yang dimiliki oleh Abadi Ayus. Masyarakat sekitar juga mengatakan bahwa mereka memilih Abadi Ayus dalam pileg 2019 silam karena sudah lebih dulu mengenal sosok Abadi Ayus di dunia seni atau penyanyi di Aceh Tengah. Hal ini diungkapkan oleh masyarakat kecamatan bebesen, bies dan kute panang dalam wawancaranya:

*Seperti yang diketahui Abadi Ayus ini sosok seniman yang dikenal ya jadi kemenangan yang diperoleh oleh Abadi Ayus memang benar dikarenakan oleh kepopuleran yang dimiliki oleh Abadi Ayus. Masyarakat sekitar juga mengatakan bahwa mereka memilih Abadi Ayus dalam pileg 2019 silam*

---

<sup>72</sup>Wawancara dengan sekretaris Partai Hanura pada tanggal 22 Agustus 2021 di Aceh Tengah

*karena sudah lebih dulu mengenal sosok Abadi Ayus di dunia seni atau penyanyi di Aceh Tengah.*<sup>73</sup>

Lebih lanjut Abadi Ayus menjelaskan bahwa kepopuleran yang dimiliki saat ini sangat menguntungkan pihak Abadi Ayus dalam segi promosi. Hal ini dikarenakan Abadi Ayus sudah terkenal sehingga akan menghemat biaya kampanye dan tidak perlu memperkenalkan diri lagi kepada masyarakat hanya perlu memberi tahu saja bahwa Abadi Ayus ikut berpartisipasi dalam kontestasi Pileg tersebut. Hal ini dijelaskan oleh Abadi Ayus dalam wawancaranya:

*Keuntungan saya sebagai seorang seniman akan sangat mengurangi biaya promosi, dikarenakan saya sudah dikenal oleh masyarakat jadi tidak perlu lagi melakukan pengenalan diri dan promosi diri yang besar-besaran, paling seperti kemarin saya pasang spanduk saja di beberapa tempat untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa saya juga ikut berpartisipasi sebagai calon caleg.*<sup>74</sup>

Berdasarkan wawancara di atas menjelaskan bahwa kepopuleran yang dimiliki saat ini sangat menguntungkan pihak Abadi Ayus dalam segi promosi. Dengan kepopuleritas tersebut pihak Abadi Ayus tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk promosi diri dan pengenalan diri ke masyarakat dikarenakan Abadi Ayus sudah terkenal dikalangan masyarakat. Sehingga yang perlu dilakukan oleh pihak Abadi Ayus hanya memasang beberapa spanduk saja dan memberitahu kepada masyarakat bahwa Abadi Ayus ikut mencalonkan diri pada Pileg 2019.

Memiliki kepopuleran memang menjadi nilai tambah untuk Abadi Ayus dalam meraih kemenangan di Pileg 2019 silam. Akan tetapi Abadi Ayus tidak

---

<sup>73</sup>Wawancara dengan masyarakat kecamatan bebesen, bies dan kute panang pada tanggal 23 Agustus 2021 di Aceh Tengah

<sup>74</sup>Wawancara dengan Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

semerta merta ikut maju hanya kerana popular saja, namun juga melihat dan menimbang dari keingan masyarakat, terlebih masyarakat yang sama-sama menekuni dunia seni. Abadi Ayus merasa bahwa perlu perwakilan yang paham seni menjabat di kursi DPRK dengan harapan mampu memberi solusi dari permasalahan yang dialami oleh musisi di Aceh Tengah. Dengan adanya perwakilan dari sesama musisi akan sangat membantu mereka mengatasi segala permasalahan yang timbul, seperti masalah pandemic covid 19 sekarang. Terbukti dengan adanya Abadi Ayus di DPRK mampu memberi manfaat kepada musisi di Aceh Tengah dengan menghidupkan kembali organisasi-organisasi seniman yang sempat terhenti karena covid 19 sehingga mata pencaharian mereka tetap berjalan dengan baik. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Abadi Ayus dalam wawancaranya:

*Kalau mencalonkan diri sebagai DPRK itu tergantung masyarakat, jika masyarakat masih menginginkan tidak ada salahnya mencalonkan diri kan. Sebenarnya tidak hanya karena saya seorang seniman namun latar belakang saya sebagai seniman memang menguntungkan saya karena saya sudah dikenal oleh masyarakat jadi akan sangat membantu saya dalam hal promosi diri ke masyarakat, akan tetapi saya maju pada pemilihan kemarin bukan hanya karena saya seorang seniman saja, ingin memperjuangkan suara-suara seniman seperti kemarin situasi pendemi organisasi seniman hilang mata pencahariannya sampai 3 bulan karena tidak bisa ikut pentas seni, dengan adanya saya sebagai perwakilan dari seniman mencari solusi dan kerja sama yang kami lakukan dengan baik dapat memperlancar pemasukan mereka kembali. Jadi saya bisa menghidupkan kembali seniman-seniman, keluhan-keluhan seniman saya paham betul karena saya memang besar dalam seni, dengan adanya saya disini keluhan mereka akan terdengar.<sup>75</sup>*

Berdasarkan wawancara di atas menjelaskan bahwa kepopuleran bukan menjadi satu-satunya alasan Abadi Ayus untuk maju dalam pileg 2019 silam, akan

---

<sup>75</sup>Wawancara dengan Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

tetapi kepeduliannya kepada masyarakat terutama masyarakat yang hidup dari seni menjadi pertimbangan dari Abadi Ayus. Terbukti dengan adanya Abadi Ayus masyarakat khususnya di dunia seni dapat tetap menjaga mata pencahariannya dengan program-program yang dikembangkan oleh Abadi Ayus sehingga mensejahterakan masyarakat tersebut.

Hal di atas tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan oleh salah satu masyarakat yang menekuni bidang seni bahwa dengan adanya Abadi Ayus yang paham akan dunia seni dan permasalahan yang dihadapi oleh organisasi-organisasi seni mampu menangani kesulitan yang dirasakan oleh mereka saat pandemi covid 19 menyebar di Indonesia khususnya di Aceh Tengah. Abadi Ayus mampu menghidupkan kembali organisasi-organisasi seni yang mulai tidak ada tempat pencaharian dengan program-program yang dapat dimanfaatkan oleh seniman-seniman sekitar. Sehingga dapat menghilangkan rasa khawatir di kalangan seniman. Hal ini diungkapkan oleh salah satu masyarakat yang menekuni bidang seni dalam wawancaranya:

*Adanya Abadi Ayus yang paham akan dunia seni dan permasalahan yang dihadapi oleh organisasi-organisasi seni akan sangat berguna dalam menangani kesulitan yang dirasakan oleh kami saat pandemi covid 19 merebak di Aceh Tengah. Abadi Ayus bisa menghidupkan kembali organisasi-organisasi seni yang mulai tidak ada tempat pencaharian dengan program-program yang dapat kami manfaatkan. Sehingga dengan begitu menghilangkan rasa khawatir kami untuk bertahan hidup. Ini menandakan kami tidak salah pilih waktu itu.<sup>76</sup>*

Berdasarkan wawancara di atas dapat penulis simpulkan bahwa dengan dengan kemenangan Abadi Ayus dapat mengatasi permasalahan yang dirasakan

---

<sup>76</sup>Wawancara dengan masyarakat kecamatan bebesen, bies dan kute panang pada tanggal 23 Agustus 2021 di Aceh Tengah

oleh seniman sekitar daerah tersebut. Hal ini terwujud karena sosok Abadi Ayus yang cukup paham keadaan para seniman dikarenakan Abadi Ayus mempunyai latar belakang yang sama. Jadi masyarakat menganggap bahwa pilihan mereka di pileg 2019 silam ialah pilihan yang tepat. Ini menunjukkan bahwa sosok Abadi Ayus sangat dekat dengan masyarakat khususnya masyarakat yang memiliki latar belakang yang sama yaitu seniman.

Selanjutnya Abadi Ayus berpendapat bahwa dalam penyumbangan suara dapat lihat dari partai sangat minim. Suara dominan didapat dari kepopuleran Abadi Ayus sendiri. Berdasarkan rekap data suara menunjukkan bahwa kepopuleran Abadi Ayus dikalangan masyarakat mengambil posisi lebih unggul dibandingkan sumbangan suara dari partai. Hal ini disampaikan oleh Abadi Ayus dalam wawancaranya:

*Jika dilihat dari rekap data jelas itu terlihat memang dari hasil popularitas sangat dominan hanya sedikit dari partai tidak begitu berpengaruh saya rasa partai dari segi menyumbang suara.<sup>77</sup>*

Berdasarkan wawancara di atas menjelaskan bahwa suara partai tidak begitu berpengaruh dalam kemenangan Abadi Ayus akan tetapi kepopuleran berperan penting terhadap kemenangan Abadi Ayus pada Pileg 2019 silam. Hal ini menjelaskan bahwa kepopuleran Abadi Ayus dikalangan masyarakat mampu mempengaruhi masyarakat untuk memilih Abadi Ayus dalam Pileg 2019 silam.

Hal senada juga disampaikan oleh Timses Abadi Ayus dalam wawancaranya bahwa pengaruh popularitas yang dimiliki Abadi Ayus dalam kemenangan pemilu 2019 silam sangat besar terutama dikalangan masyarakat

---

<sup>77</sup>Wawancara dengan Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

yang menggemari dan seniman. Hal ini terlihat dari teman-teman dan sanggaryang antusias mendukung dan memilih Abadi Ayus. Hal ini disampaikan dalam wawancaranya:

*Sangat besar pengaruhnya, buktinya beliau menang saat itu salah satunya di pengaruhi oleh kepopuleran beliau. Teman teman dan anak-anak sanggar seni sudah pasti memilih beliau secara seprofesi kan dan menjadi tempat mengadu organisasi-organisasi seni yang ada di daerah sini. Jadi jika ditanya berpengaruh maka dapat dilihat sangat berpengaruh.<sup>78</sup>*

Berdasarkan wawancara di atas menjelaskan bahwa kepopularitas yang dimiliki oleh Abadi Ayus memang sangat besar dan sangat berpengaruh dalam mengambil simpati masyarakat, khususnya masyarakat yang menggemari dan menjalani seni. Seniman juga berharap dengan adanya perwakilan yang memahami situasi dan kondisi mereka di dunia seni akan bermanfaat untuk mereka.

Lebih lanjut partai hanura sebagai partai yang menaungi Abadi Ayus dalam kontestasi pileg 2019 silam berpandangan bahwa dengan latar belakang yang dimiliki oleh Abadi Ayus sebagai seniman terkenal akan sangat menguntungkan baik untuk partai maupun Abadi Ayus itu sendiri. Oleh sebab itu partai menargetkan Abadi Ayus dengan harapan akan menang. Hal ini disampaikan oleh sekretaris partai hanura dalam wawancaranya:

*Partai membidik dan melihat seseorang tersebut, dengan latar belakang beliau sebagai seniman yang terkenal di Aceh Tengah kami rasa akan mampu menaikkan nama partai hanura di mata masyarakat. Dengan begitu partai akan mendapat suara dan kandidat yang menjadi wakil rakyat.<sup>79</sup>*

---

<sup>78</sup>Wawancara dengan Timses Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah

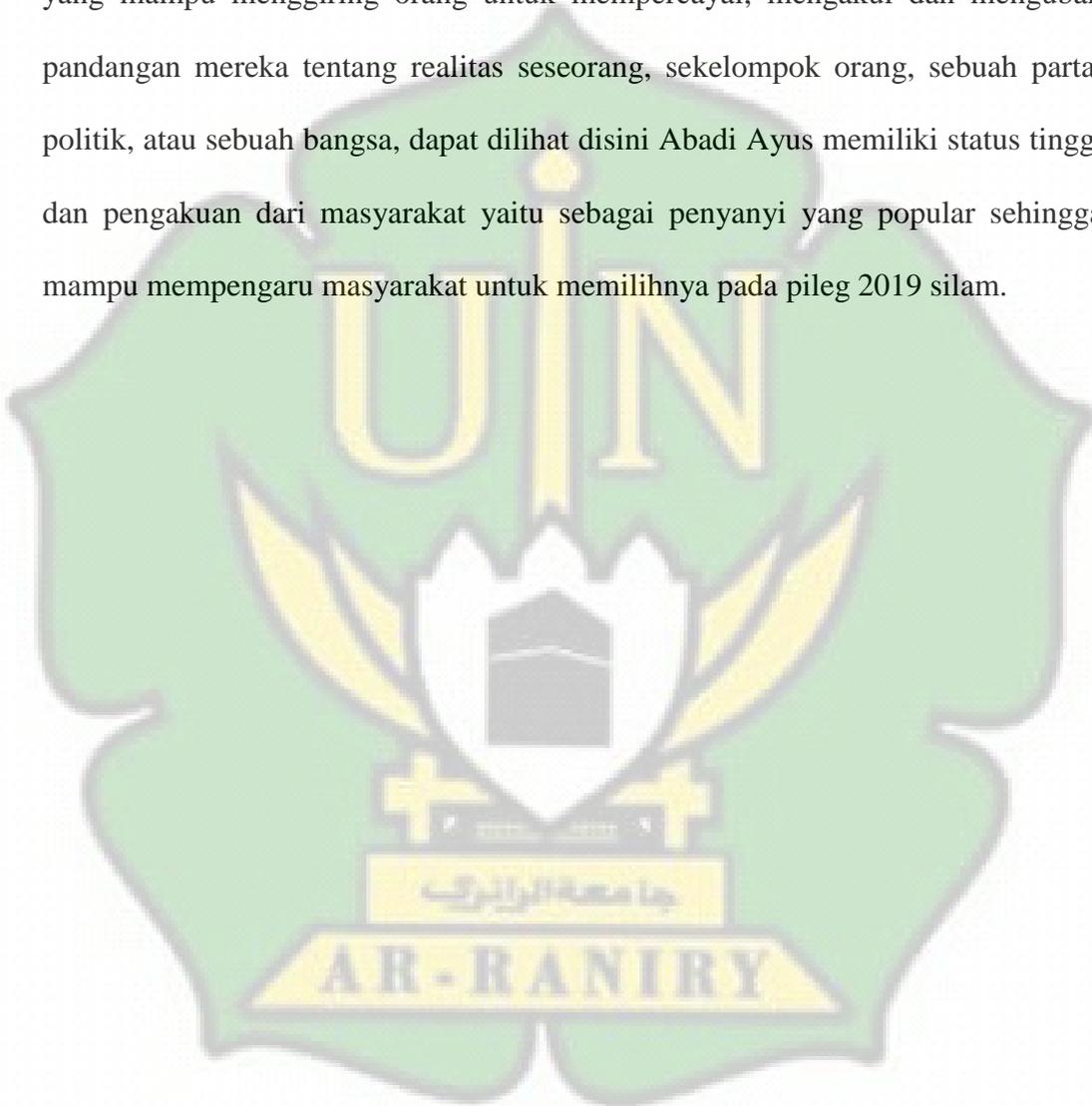
<sup>79</sup>Wawancara dengan Partai Hanura pada tanggal 22 Agustus 2021 di Aceh Tengah

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa partai hanura mempertimbangkan Abadi Ayus karena yakin akan mampu menaikkan pamor partai tersebut dengan latar belakang Abadi Ayus sebagai seniman yang terkenal di daerah tersebut. Hal ini terbukti dengan kemenangan yang diraih oleh kandidat Abadi Ayus dalam pileg 2019 silam. Seperti yang sudah disebutkan bahwa Abadi Ayus menang dengan perolehan suara sebanyak 630 suara atau 11% dari keseluruhan suara.

Dari paparan-paparan di atas dapat penulis simpulkan bahwa Pengaruh Popularitas sangat berperan penting Terhadap Kemenangan Abadi Ayus Pada Pileg 2019. Ini dibuktikan dengan rekap suara dan antusiasme masyarakat yang menggemari seni dalam menentukan pilihannya. Dengan kepopuleran Abadi Ayus tersebut mampu mengantarkan Abadi Ayus ke kursi DPRK Kabupaten Aceh Tengah pada Dapil IV.

Jika merujuk pada teori Teori modal yang dicetuskan oleh Piere Bourdieu dapat dilihat bahwa modal sosial dan modal simbolik sangat berperan dalam kemenangan Abadi Ayus dimana menurut Piere Bourdieu ialah modal sosial ini sejatinya merupakan hubungan sosial bernilai antar orang. Hal tersebut bisa dicontohkan sebagian masyarakat yang berinteraksi antar kelas dalam lapisan sosial masyarakat, disini terlihat sosok Abadi Ayus sangat dikenal dan berhubungan sosial yang baik dengan masyarakat. Kemudian dari segi modal kultural yaitu Modal simbolik adalah jenis sumber daya yang dioptimalkan dalam meraih kekuasaan simbolik. Kekuasaan simbolik sering membutuhkan simbol-simbol kekuasaan seperti jabatan, mobil mewah, kantor, prestise, gelar, satus

tinggi, dan keluarga ternama artinya modal simbolik di sini dimaksudkan sebagai semua bentuk pengakuan oleh kelompok, baik secara institusional atau non-institusional. Simbol itu sendiri memiliki kekuatan untuk mengkonstruksi realitas, yang mampu menggiring orang untuk mempercayai, mengakui dan mengubah pandangan mereka tentang realitas seseorang, sekelompok orang, sebuah partai politik, atau sebuah bangsa, dapat dilihat disini Abadi Ayus memiliki status tinggi dan pengakuan dari masyarakat yaitu sebagai penyanyi yang populer sehingga mampu mempengaruhi masyarakat untuk memilihnya pada pileg 2019 silam.



## **BAB V**

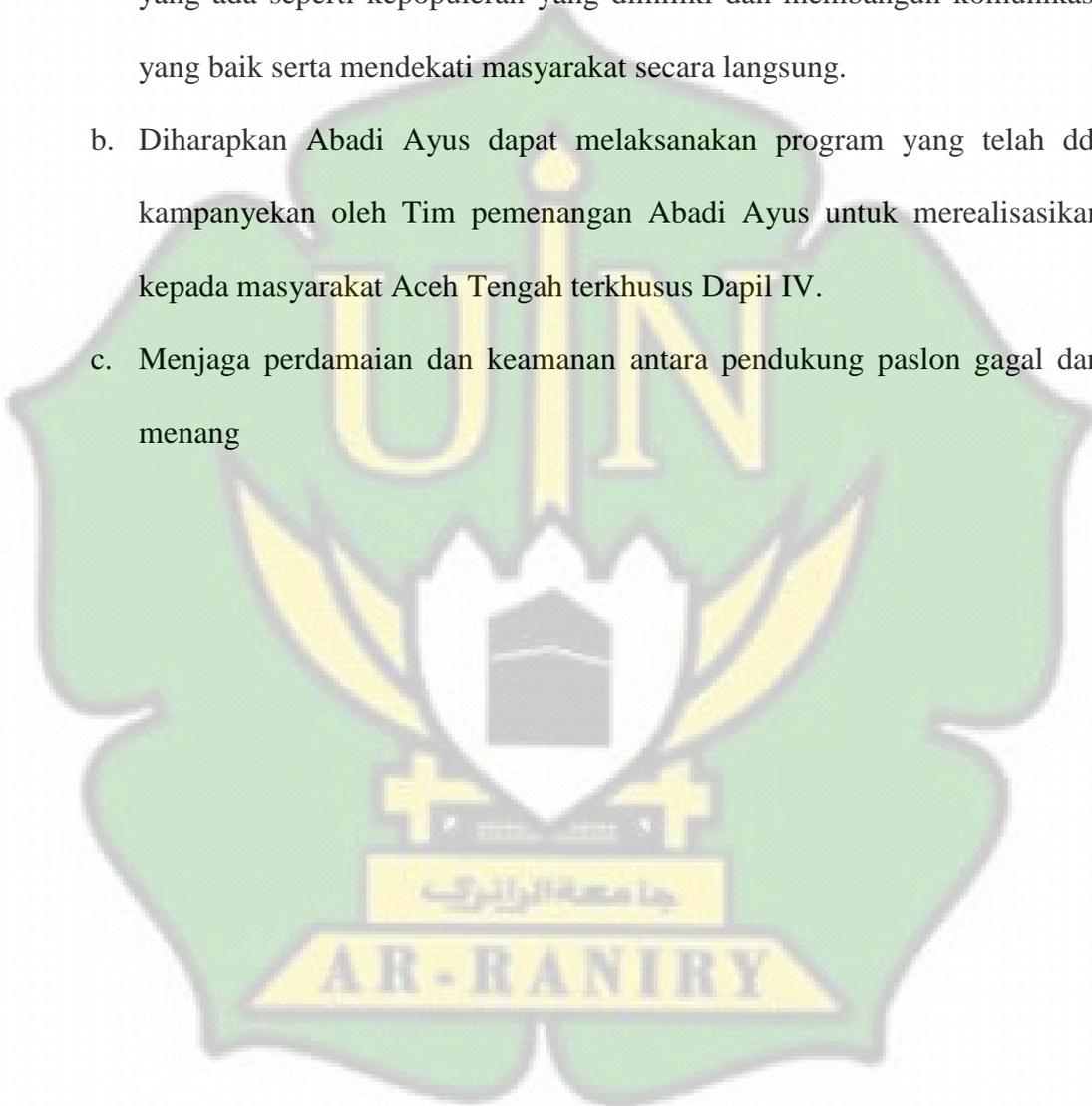
### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

1. Beberapa faktor yang menentukan Abadi Ayus mendapatkan kemenangan dalam pencalonannya sebagai DPRK pada Pileg 2019 silam.
  - a. Faktor pertama yakni kepopuleran yang dimilikinya membuat Abadi Ayus dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga menjadi bonus untuk Abadi Ayus, tanpa harus memperkenalkan diri masyarakat sudah kenal ini kaan sangat mengurangi biaya promosi yang biasa dilakukan oleh banyak calon kandidat lainnya.
  - b. Kedua Komunikasi parasosial empatik yang didasari oleh empati Abadi Ayus terhadap masyarakat. Pola komunikasi parasosial yang dilakukan oleh pihak Abadi Ayus terbukti mampu menarik simpati dan empati masyarakat sekitar.
  - c. Ketiga dukungan dari keluarga yang setia memberi semangat, dorongan serta motivasi mampu menambah semangat Abadi Ayus dalam berpolitik dan tim pemenangan Abadi Ayus yang siap sedia dalam membantu Abadi Ayus menyiapkan segala alat kampanye.
2. Pengaruh popularitas sangat berperan penting terhadap kemenangan Abadi Ayus pada Pileg 2019. Ini dibuktikan dengan rekap suara dan antusiasme masyarakat yang menggemari seni dalam menentukan pilihannya. Dengan kepopuleran Abadi Ayus tersebut mampu mengantarkan Abadi Ayus ke kursi DPRK Kabupaten Aceh Tengah pada Dapil IV.

## 5.2. Saran

- a. Diharapkan kepada seniman yang akan maju di pemilihan umum untuk dapat mengikuti jejak Abadi Ayus dengan memanfaatkan segala potensial yang ada seperti kepopuleran yang dimiliki dan membangun komunikasi yang baik serta mendekati masyarakat secara langsung.
- b. Diharapkan Abadi Ayus dapat melaksanakan program yang telah ddi kampanyekan oleh Tim pemenangan Abadi Ayus untuk merealisasikan kepada masyarakat Aceh Tengah terkhusus Dapil IV.
- c. Menjaga perdamaian dan keamanan antara pendukung paslon gagal dan menang



## Daftar Pustaka

- Abd. Halim, Politik Lokal; Pola, Aktor & Alur Dramatikalnya (Yogyakarta: LP2B, 2014)
- Faktor Figur Dalam Keterpilihan Anggota Dprd Studi Kasus: Keterpilihan Anggota Dprd Dari Partai Gerindra Kabupaten Klungkung Pada Pemilu 2014
- Fauzi, Ahmad. 2014. Strategi Kampanye Caleg Partai Gerindra Dalam Pemilu 2014 di Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan Madura. Fakultas Syari'ah dan Hukum. Universitas Islam Sunan Kali Jaga. Yogyakarta.
- Firmanzah. 2010. Marketing Politik. Jakarta: Obor Indonesia.
- Fawaizul Umam, dkk., Membangun Resistensi Merawat Tradisi Modal Sosial Komunitas Wetu Telu (Mataram: Lembaga Kajian Islam dan Masyarakat, 2006),
- Firmanzah, Persaingan, Legitimasi Kekuasaan dan Marketing politik (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2010), IV
- Firmanzah. (2007). Marketing Politik; Antara Pemahaman dan Realitas. Jakarta: Yayasan OborIndonesia.
- George Ritzer & Douglas J. Goodman, Teori Sosiologi; Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009),
- Habibi Subandi dengan judul Selebritis Menjadi Politisi: Studi tentang Bagaimana Selebritis Menang atau Kalah dalam Pemilu Legislatif dikutip dari jurnal Volume 5, Nomor 1, Tahun 2020 Ilmu Politik Universitas Brawijaya
- Haryatmoko, "Landasan Teoritis Gerakan Sosial Menurut Pierre Bourdieu: Menyingkap Kepalsuan Budaya Penguasa", Jurnal/ Majalah BASIS, No. 11-12 (November-Desember 2003),
- Ihfa, caleg terpilih di Aceh Tengah, Diakses melalui website Lintasgayo.com – Ramung Institut pda tanggal 02 Agustus 2021
- Johni Dimiyati, Metodologi Penelitian Pendidikan & Aplikasinya, Jakarta: Kencana, 2013.
- Lexi J. Meleow, Metode Penelitian Kualiatatif, Remaja Rosdakarya, 2015
- Mayang Sari Lubis, Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Michael Grenfell, *Pierre Bourdieu Agent Provocateur*, London: Continuum, 2004,
- Nanang Krisdinanto, "Pierre Bourdieu, Sang Juru Damai", Jurnal KANAL, Vol. 2 No. 2 (Maret 2014)

- Nanang Krisdinanto, "Pierre Bourdieu, Sang Juru Damai", Jurnal KANAL, Vol. 2 No. 2 (Maret 2014),
- Nursal, Adman. (2004). Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratna Herawati, N. M. (2018). Kepastian Hukum Pemilu dalam Pemilu serentak 2019 Melalui Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia.
- Richard Harker, dkk., (Habitus x Modal) + Ranah = Praktik Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu (Yogyakarta: Jalasutra, 2009),
- Rika Rubyanti dari Pengaruh Popularitas Terhadap Pilihan Pemilih Pemula (Fenomena Masuknya Artis Dalam Politik). Studi kasus : Mahasiswa departemen Ilmu Politik) 2018
- Skripsi pengaruh Popularitas Terhadap Pilihan Pemilih Pemula(Fenomena Masuknya Artis Dalam Politik)Study Kasus : Mahasiswa Departemen Ilmu P olitik, Fis ip, Usu. 2020
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008),
- Sumarno, dkk, "Orientasi Modal Sosial dan Modal Kultural di Fakultas Ilmu Pendidikan U.N.Y., Jurnal Ilmu Pendidikan, Vol. 6 No. 2 (September, 2013),
- Wasesa, S. A. (2011). Political Branding dan Public Relations. Jakarta: Gramedia.
- Wawancara dengan masyarakat kecamatan bebesen, bies dan kute panang pada tanggal 23 Agustus 2021 di Aceh Tengah
- Wawancara dengan sekretaris Partai Hanura pada tanggal 22 Agustus 2021 di Aceh Tengah
- Wawancara dengan Timses Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah
- Wawancara dengan Abadi Ayus pada tanggal 20 Agustus 2021 di Aceh Tengah
- Yudhistira S. Virgiawan, Pengaruh Hasil Pemilihan Umum (Pemilu) 2019 Terhadap Popularitas Partai Solidaritas Indonesia Di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Universitas Sumatera Utara 2019