

# ARTIS DANGDUT NASIONAL SEBAGAI MEDIA KAMPANYE BUPATI TERPILIH TAHUN 2015 DI SOPPENG

**Novita**

Program Studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar  
email: sofyantattajali@gmail.com

## Abstract

Based on the results of the study show that, (1) the popularity of national dangdut artists in Soppeng District began in the 2000s to the present, when the emergence of talent search events on television stations in 2004 and in 2014 began to show singers from South Sulawesi, namely Aty Selayar (2014), Evi Masamba (2015) and Selfi Soppeng (2018) at the time of the appearance of singers from the province of South Sulawesi, making people increasingly like watching dangdut in Soppeng Regency; (2) Consideration of the selection of national dangdut artists as a campaign media, dangdut is considered to have many fans, the needs of people who like dangdut, the existence of television programs that show dangdut talent shows, dangdut who are populist and dangdut close to the people, and dangdut is considered move the masses; (3) The effectiveness of the selection of national dangdut artists as campaign media was not the main factor of the majority of votes, the most votes were door to door, dangdut was only used by the success team, the regents and deputy district heads were chosen as mass media to go to the campaign locations so that the candidates looks a lot when holding a grand campaign

**Keywords:** *National dangdut artists, media campaigns, regents and deputy regents.*

## Abstrak

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) Popularitas artis dangdut nasional di Kabupaten Soppeng dimulai pada tahun 2000-an hingga sekarang ini, saat munculnya acara pencarian bakat di stasiun televisi pada tahun 2004 serta pada tahun 2014 mulai menampilkan biduan yang berasal dari Sulawesi Selatan, yaitu Aty Selayar (2014), Evi Masamba (2015) dan Selfi Soppeng (2018) pada saat munculnya biduan dari provinsi Sulawesi Selatan menjadikan masyarakat semakin suka menyaksikan dangdut di Kabupaten Soppeng; (2) Pertimbangan pemilihan artis dangdut nasional sebagai media kampanye dikarekan, dangdut dianggap memiliki banyak penggemar, kebutuhan masyarakat yang suka dengan dangdut, adanya acara stasiun televisi yang menampilkan acara pencarian bakat dangdut, dangdut yang merakyat dan dangdut dekat dengan rakyat, serta dangdut dianggap dapat menggerakkan massa; (3) Efektivitas pemilihan artis dangdut nasional sebagai media kampanye bukanlah faktor utama pendulang suara terbanyak, pendulang suara terbanyak yaitu *door to door*, dangdut hanya digunakan tim sukses, bupati dan wakil bupati terpilih sebagai media penggerak massa untuk mendatangi lokasi kampanye agar massa calon bupati tersebut terlihat banyak saat melangsungkan kampanye akbar.

**Kata Kunci:** Artis dangdut nasional, media kampanye, Bupati dan Wakil Bupati.

## A. Pendahuluan

Berbicara tentang politik akan memperbincangkan tema-tema tentang negara, kekuasaan dan masyarakat itu sendiri. Dengan adanya politik itu, akan menggerakkan, menghidupkan dan mengatur negara tersebut. Menurut Meriam Budiarjo fokus telaah ilmu politik yaitu: (1) negara, (2) kekuasaan, (3) pengambilan keputusan, (4) kebijakan dan (5) pembagian atau alokasi. (Anwar, 2015; Arifin, 2015) Negara adalah yang menjadi fokus utama dalam perpolitikan. Terbangunnya suatu negara maka akan muncul politik yang menjadi pengatur dari negara tersebut. Kegiatan perpolitikan mengharuskan pemerintahan untuk mengadakan sebuah pemilihan. Pemilihan dilakukan untuk mengisi jabatan-jabatan baik itu sebagai seorang presiden dan wakil presiden, gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati bahkan juga dapat merangkap pada pemilihan kepala desa, ketua OSIS maupun ketua kelas.

Pada saat pemilihan kepala daerah, para calon yang diusulkan baik itu perorangan maupun melalui partai politik tertentu akan mengadakan sebuah kampanye. Kampanye merupakan salah satu cara calon kepala daerah untuk mempublikasikan dirinya sebagai calon pemimpin rakyat. Kampanye dapat dilakukan oleh seorang kandidat, sekelompok orang (tim kampanye) atau partai politik sebagai bentuk komunikasi politik untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat. (Arifin, 2015, 2013, 2011)

Hal yang sering dilakukan kandidat atau calon kepala daerah termasuk bupati adalah kampanye dengan menggunakan spanduk, bakti sosial, dialog dengan rakyat dan acara akbar atau yang sering dikenal dengan sebutan kampanye akbar. Pesan dalam komunikasi politik dalam praktik sejarahnya pernah dimaknai sebagai “peluru” untuk memengaruhi atau memersuasi

komunikasikan atau khalayak yang menjadi sasaran dalam kegiatan komunikasi politik. (Henry and Rachmah, 2012; Subiakto and Ida, 2012)

Kampanye akbar memberikan kesempatan bagi para kandidat untuk menjabarkan visi dan misi mereka. Selain menjabarkan visi-misi kandidat calon bupati juga mendatangkan artis dangdut. Dalam kampanye akbar ini juga menjadi sebuah pengharapan bagi kandidat untuk melihat secara langsung seberapa banyak masyarakat yang tertarik pada mereka dan bahkan juga akan memilih mereka saat hari pemungutan suara. Namun, tidak dapat dijadikan tolak ukur bahwa masyarakat yang hadir itu akan memberikan hak suaranya kepada kandidat calon bupati tersebut

Pada tahun 1970-an, para politisi telah menggunakan dangdut, sebutan “musik rakyat”, untuk menggalang massa dalam kampanye. Rhoma Irama menduduki posisi istimewa dalam kampanye-kampanye politik karena ia sejak lama diidentikkan dengan “rakyat” (Heryanto, 2012; Luaylik and Khusyairi, 2012; Romadhon, 2013). Pada saat itu banyak politisi yang menjadikan dangdut sebagai penggalang massa karena diidentikkan sebagai masyarakat kalangan bawah. Politisi dapat menganggap diri mereka sebagai orang yang peduli dengan masyarakat kalangan bawah.

Kampanye yang mendatangkan artis dangdut nasional di Kabupaten Soppeng mulai pertama kali dilakukan oleh calon bupati dan wakil bupati pada tahun 2000-an. Pada kampanye-kampanye berikutnya hal yang sama dilakukan oleh calon bupati dan wakil bupati saat ingin melangsungkan kampanye akbar maka mereka akan mendatangkan artis dangdut nasional sebagai media hiburan dan sebagai media kampanye pula. Dari tahun ke tahun mendatangkan artis dangdut nasional juga mengikuti perkembangan yang ada di televisi. Pada kampanye pemilihan bupati dan wakil bupati

yang diadakan pada tahun 2015, tidak kalah heboh dengan kampanye-kampanye tahun sebelumnya. Persaingan calon kandidat bukan hanya dilakukan pada ajang menarik simpatik masyarakat namun juga persaingan itu terjadi pada artis dangdut nasional pilihan yang digunakan sebagai media kampanye.

Tayangan-tayangan pencarian bakat artis dangdut sangat populer dikalangan masyarakat Indonesia. Dibuktikan dari pencarian bakat yang diselenggarakan oleh televisi swasta Indosiar dengan menghadirkan biduan terbaik perwakilan Sulawesi Selatan yang berasal dari Selayar pada tahun 2014, Masamba pada tahun 2015 dan ada pula biduan Kabupaten Soppeng pada tahun 2018 dan juga merupakan juara satu dari pencarian bakat tersebut yang menarik banyak penonton. Hal inilah yang menjadikan masyarakat Soppeng semakin antusias dengan tayangan dangdut.

Antropologi dalam kaitan politik berusaha mengkaji bagaimana proses yang dilalui dalam mendapatkan kekuasaan. Dalam kaitannya ini sangat berpengaruh bagaimana artis dangdut sebagai media kampanye yang digunakan oleh para calon kandidat bupati di Kabupaten Soppeng. Antropologi politik berusaha mengkaji semua kegiatan perpolitikan baik dari segi pedesaan maupun pada perpolitikan modern seperti saat ini.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka focus dalam penelitian ini menyajikan popularitas artis dangdut nasional pada masyarakat, pertimbangan pemilihan artis dangdut nasional sebagai media kampanye oleh tim sukses, bupati dan wakil bupati terpilih, persepsi tim sukses, bupati dan wakil bupati terpilih terhadap efektivitas pemilihan artis dangdut nasional sebagai media kampanye dalam perolehan suara di Kabupaten Soppeng

## **B. Popularitas Artis Dangdut Nasional di Soppeng**

Wilayah Soppeng terbagi menjadi 8 Kecamatan, meliputi Kecamatan Marioriwawo, Lalabata, Liliriaja, Ganra, Citta, Lilirilau, Donri-Donri, dan Marioriawa. Marioriawa menjadi Kecamatan yang terluas di Kabupaten Soppeng, dengan luas wilayah sebesar 320 km<sup>2</sup> atau sekitar 21,3% dari total luas kabupaten Soppeng. Sedangkan Citta merupakan Kecamatan dengan luas wilayah terkecil di Kabupaten Soppeng, yaitu hanya sekitar 40 km<sup>2</sup> atau 2,7% dari luas wilayah Kabupaten Soppeng. Secara umum seluruh kecamatan di Kabupaten Soppeng memiliki jarak yang terjangkau dari pusat kota. Jarak dari Kecamatan ke ibukota kabupaten hanya berkisar 0 km hingga 35 km. Kecamatan Citta menjadi Kecamatan terjauh dari pusat kota, dengan jarak 35km dari pusat kota Kabupaten Soppeng. Sedangkan Lalabata adalah Kecamatan terdekat dari pusat Kota Kabupaten Soppeng karena Kecamatan Lalabat bertempat di pusat kota Kabupaten Soppeng.

Jumlah penduduk Kabupaten Soppeng tahun 2014 mencapai 225.709 jiwa yang terdiri dari 106.206 laki-laki dan 119.503 perempuan. Angka jumlah penduduk ini mengalami pertumbuhan sekitar 0,087% dibanding tahun 2013. Secara umum jumlah penduduk perempuan di Kabupaten Soppeng masih lebih tinggi dibandingkan jumlah penduduk laki-laki. Hal ini juga dapat ditunjukkan oleh angka sex rasion Kabupaten Soppeng sebesar 89, artinya untuk setiap 100 penduduk perempuan terdapat 89 penduduk laki-laki. (Sopeng, 2013)

Daftar pemilih tetap atau biasa disingkat dengan DPT pemilu 2014 untuk Kabupaten Soppeng mencapai 181.997 pemilih, terdiri dari pemilih laki-laki sekitar 85.311 orang dan daftar pemilih perempuan 96.686 orang. Pemilih tersebut tersebar di 513 TPS yang ada di Kabupaten Soppeng. Kecamatan Marioriwawo dengan 13 Desa/Kelurahan dan jumlah TPS 96 memiliki jumlah pemilih sebanyak 37.884. Selanjutnya Kecamatan Liliriaja yang memiliki 8

Desa/Kelurahan dengan 63 TPS dengan jumlah pemilih 22.077 orang. Kecamatan Citta dengan 4 Desa/Kelurahan dan 19 TPS memiliki 6.791 pemilih tetap. Kecamatan Lilirilau memiliki 12 Desa/Kelurahan dengan 94 TPS memiliki 31.563 pemilih. Kecamatan Lalabata dengan 20 Desa/Kelurahan dan 96 TPS memiliki 34.143 pemilih tetap. Kecamatan Ganra dengan 4 Desa/Kelurahan dan 25 TPS memiliki 5.084 pemilih tetap. Kecamatan Donri-Donri dengan 9 Desa/Kelurahan dan 58 TPS memiliki 9.692 pemilih tetap. Kecamatan Marioriawa yang memiliki 10 Desa/Kelurahan dan 62 TPS memiliki 22.147 pemilih tetap (Ahmad et al., 2018; AKBAR, 2017; Marwis, 2016)

Musik dangdut adalah musik yang berakar dari musik Melayu. Awal tahun 1938 terdapat sebuah kebebasan pemakaian istilah "Musik Melayu" dimana dr. A.K. Gani, salah satu tokoh Partai Serikat Islam Indonesia (PSII) merupakan orang pertama yang menggunakan istilah Musik Melayu. Pada pertunjukan musik keroncong dalam rangka memperingati hari Sumpah Pemuda lahirlah anggapan bahwa irama keroncong identik dengan Musik Melayu yakni bentuk perlawanan terhadap karakter Barat dan Cina. Perjalanan berlanjut pada tahun 1955, Musik Melayu akhirnya identik dengan "Melayu Deli". Melalui penelusuran asal daerah perkembangan musik Melayu yang kemudian dikenal sebagai dangdut dikenal sebagai musik bangsa Indonesia karena tempat kelahirannya, Deli. Asal Dangdut sendiri sebenarnya sudah terlihat awal tahun 1940-an dengan adanya perpaduan Parsi, Arab dan Musik Melayu, namun hanya saja masyarakat belum mengenal jenis musik tersebut sebagai musik dangdut. (Luaylik and Khusyairi, 2012)

Musik dangdut di Kabupaten Soppeng memang sudah dikenal masyarakat dari dulu. Namun, perkembangan dan kepopuleran musik dangdut tidak begitu pesat. Perkembangan dan kepopuleran musik dangdut mulai berkembang pada era tahun 2000-an yaitu tepatnya pada tahun 2004 awal mulanya pada Kontes Dangdut Indonesia (KDI) namun, belum banyak

masyarakat yang tertarik akan dangdut. Perkembangan musik dangdut yang begitu pesat terjadi pada saat munculnya acara pencarian bakat di Indosiar yaitu, DA, dan LIDA . Namun, kepopuleran artis dangdut begitu pesat tepatnya terjadi pada tahun 2014 hingga sekarang ini. Hal itu terbukti dengan seringnya masyarakat menyaksikan dan membicarakan musik dangdut setiap harinya. Masyarakat yang sangat sering menyaksikan acara dangdut yang ada di televisi setiap harinya sekitar 78% atau sekitar 39 orang dari 50 informan yang ada. Hanya sekitar 22% masyarakat atau sekitar 11 orang saja yang jarang menyaksikan acara dangdut setiap harinya. Sedangkan masyarakat yang sering membicarakan dangdut, baik musik dangdut maupun artis dangdut sekitar 66% atau sekitar 33 orang yang sering membicarakan artis dangdut dalam seharinya. Sedangkan yang jarang membicarakan artis dangdut hanya berkisar 34% atau hanya 17 orang yang jarang membicarakan dangdut dalam seharinya. Hal itu membuktikan bahwa musik dangdut di Kabupaten Soppeng memang sudah populer dari dulu namun, kepopuleran tersebut mulai berkembang pada era tahun 2014 hingga saat ini.

Kepopuleran artis dangdut nasional di Kabupaten Soppeng yang terjadi pada tahun 2014 hingga saat ini dikarena adanya perwakilan biduan dari Sulawesi Selatan yang mengikuti acara Dandut Academi dan LIDA yaitu, Ati Selayar, Evi Masamba dan Selviani Soppeng. Selain biduan provinsi Sulawesi Selatan yang telah menjadi artis dangdut nasional, kepopuleran dangdut di Kabupaten Soppeng juga dikarenakan banyaknya artis ibu kota yang memang disukai oleh masyarakat seperti Soimah, Saipul Jamil, Inul Daratista, Rhoma Irama, Zaskia Gotik dan Nazzar. Hal itu juga dibuktikan dari artis yang sering di perbincangkan masyarakat baik itu, di pasar, sawah, pinggir jalan, dirumah bahkan di rumah tetangga yaitu, artis-artis jebolan dari Indosiar seperti Ati, Evi, Selfi serta artis memang sudah sangat terkenal seperti Soimah, Saipul Jamil, Zaskia Gotik, Rhoma

Irama dan masih banyak lagi. Artis yang sering diperbincangkan oleh masyarakat adalah artis yang sering tampil di acara tv Indosiar baik itu peserta, juri maupun artis pengisi acara yang diundang oleh Indosiar, sekitar 84% masyarakat setiap harinya memperbincangkan artis-artis tersebut atau sekitar 42 orang dari 50 informan yang ada. Sekitar 16% masyarakat yang memperbincangkan artis dangdut lainnya atau sekitar 8 orang saja.

### **C. Pertimbangan Pemilihan Artis Dangdut Nasional Sebagai Media Kampanye**

Dari tahun ke tahun kampanye bupati memiliki keunikan dan cara tersendiri dalam melakukan kampanye. Kampanye dilakukan sesuai dengan peraturan kampanye yang telah ditetapkan. Kegiatan menarik minat dan partisipasi rakyat dilakukan semaksimal untuk memperkenalkan diri para kandidat calon bupati tersebut. Dalam perpolitikan banyak cara yang dilakukan oleh kandidat calon bupati untuk mengkampanyekan dirinya. Strategi-strategi politik akan disusun oleh calon bupati dan wakil bupati serta tim sukses.

Strategi politik yang diusung oleh calon bupati nomor urut dua yaitu, H. Andi Kaswadi Razak, S.E. dan wakil, Supriansa, S.H., M.H., yang saat ini telah menjabat sebagai bupati dan wakil bupati, beserta tim terlebih dahulu mereka melihat apa yang disukai oleh masyarakat. Setelah melakukan observasi calon nomor urut dua beserta tim ini mengetahui apa yang diinginkan masyarakat dan apa yang disukai oleh masyarakatnya. Inilah yang menjadi senjata utama dari calon nomor urut dua ini dalam menggait pemilih yang masih belum memiliki dukungan tetap. Pada tahun 2015 masyarakat Kabupaten Soppeng sudah mulai menyukai musik dangdut dan artis yang dikenal dan disukai masyarakat pada saat itu adalah biduan cantik Zaskia Gotik. Menghadirkan artis dangdut nasional dalam kampanye merupakan cara yang paling ampuh dalam menyedot partisipasi

masyarakat. Hal itu terjadi karena banyaknya penggemar dari artis dangdut tersebut yang ingin menyaksikan idola mereka.

Pemilihan media dalam kampanye memang membutuhkan pertimbangan yang matang. Setiap daerah memiliki kegemaran yang berbeda, di Indonesia sendiri dangdut adalah pilihan yang sangat populer sebagai media kampanye yang dilakukan oleh para politis. Di Kabupaten Soppeng sendiri dalam pemilihan artis dangdut nasional sebagai media kampanye harus melalui beberapa pertimbangan, dimana calon bupati harus mengetahui minat dari masyarakat itu sendiri. Artis dangdut nasional di Kabupaten Soppeng dipilih sebagai media kampanye karena dangdut dianggap memiliki banyak penggemar; kebutuhan masyarakat yang suka dangdut, karena adanya acara TV pencarian bakat musik dangdut; dangdut yang merakyat dan dangdut juga dekat kepada rakyat; serta dangdut dianggap dapat menggerakkan massa. Kriteria artis yang dapat dijadikan sebagai media kampanye sebenarnya tidak ada namun, artis dangdut tersebut harus mengetahui budaya masyarakat sebelum melakukan aksi manggung. Selain itu artis tersebut juga harus dikenal oleh masyarakat setempat agar masyarakat yang datang dalam kampanye akbar tersebut juga banyak.

Meski dalam menghadirkan artis dangdut hanya bertujuan untuk memikat hati calon pemilih dalam menghadiri kampanye akbarnya itu menjadi kepuasan bagi calon bupati dan timnya tersebut. Semakin banyak massa yang datang dalam kampanye akbar itu semakin memberikan citra yang positif bagi calon bupati tersebut kepada masyarakat, meski masyarakat yang hadir tidak semua akan memilih calon bupati tersebut. Persaingan yang terjalin antara kandidat calon bupati bukan hanya terjadi dalam menggait pilihan masyarakat namun juga persaingan itu terjalin dalam menghadirkan artis dangdut nasional yang dijadikan sebagai media kampanye. Semakin terkenal dan banyak penggemar dari artis dangdut tersebut maka semakin mahal biaya yang harus dikeluarkan oleh calon bupati

beserta tim. Semakin terkenal dan mahalnya artis dangdut yang didatangkan oleh calon bupati tersebut semakin banyak masyarakat yang hadir dan semakin berkualitas pula calon bupati itu dimata masyarakat.

Menurut Wright, dalam konsep teori komunikasi, salah satu perubahan baru menyebabkan dipertanyakannya kembali definisi komunikasi itu sendiri. Definisi komunikasi massa yang sebelumnya sudah cukup jelas. Komunikasi massa bisa didefinisikan dalam tiga ciri:

1. Komunikasi massa diarahkan kepada *audiens* yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota *audiens* secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar. (Luaylik and Khusyairi, 2012)

Seperti halnya yang dikemukakan oleh Wright di atas memberikan bukti bahwa calon bupati dalam melakukan kampanye akbar dengan menggunakan artis dangdut itu memang hanya untuk menggait *audiens* saja. Semakin banyak masyarakat yang datang maka pamor dari calon bupati tersebut juga semakin naik. Penggunaan artis dangdut sebagai media kampanye juga digunakan oleh calon bupati untuk menggait masyarakat yang anonim, yang tidak pasti. Maksudnya disini adalah pilihan yang akan mereka pilih itu belum pasti sehingga calon bupati berusaha untuk menggaitnya. Tidak hanya itu dalam point kedua yang dikemukakan oleh Wright, juga sejalan dengan apa yang dilakukan oleh calon bupati yaitu menghadirkan artis dangdut dengan tujuan untuk menggait para calon pemilih mereka datang kesuatu tempat.

Dalam buku yang ditulis Otto Sukanto CR., dengan judul *Politik Identitas, Kesaktian dan Kekuasaan*, mengemukakan makna dari citra atau pencitraan dalam kekuasaan.

“karena kekuasaan itu sendiri merupakan bangun dari citra akan kesaktian, baik dalam arti yang sempit maupun luas, seperti aura, kharisma, wibawa dan lain-lain yang meresap atau dimiliki oleh sesuatu benda atau orang tertentu tersebut. Sebagai citra akan kuasa dan kekuasaan, kesaktian merupakan dari politik identitas ataupun sebuah strategi dan identifikasi kuasa dan kekuasaan”. (Hakiki, 2011; Maliki, 2018)

Itulah sebabnya didalam pergaulan sosial, politik dan struktural serta kebudayaan kita dewasa ini, seiring dengan *recruitment* kepemimpinan secara langsung pascareformasi, akhir-akhir ini kita sering mendengarkan kata-kata atau ungkapan “jangan-jangan itu semua hanya pencitraan belaka?”. Yang dimaksud adalah sebetulnya usaha citra atau pencitraan politik. Yakni gambaran diri, yang ingin diciptakan seorang tokoh masyarakat berdasarkan harapan dan kepentingan yang diidentifikasi dan ingin diraihnya. Sebab “citraan” itu sendiri pada dasarnya adalah sebuah cara membentuk citra atau gambaran sesuatu.

Kaitan citra kekuasaan dan teori komunikasi massa serta pengundangan artis dangdut nasional sebagai media kampanye itu sangat berhubungan. Pada saat mengundang artis dangdut nasional, masyarakat pecinta dangdut akan berbondong-bondong menghadiri acara kampanye akbar tersebut dan akan memenuhi lapangan pada saat kampanye akbar. Saat hal itu terjadi citra kekuasaan dari calon pemimpin akan semakin tinggi, kharisma yang diciptakan dengan banyaknya masyarakat yang hadir semakin menumbuhkan gejolak semangat persaingan antara calon bupati yang sedang berkompetisi. Wibawa seorang calon pemimpin yang dimiliki oleh calon bupati tersebut akan semakin muncul dikarenakan banyaknya masyarakat yang menghadiri acara kampanye akbarnya, meski dapat dipastikan pula bahwa masyarakat yang hadir dalam kampanye akbar tersebut tidak semua akan memilih calon bupati tersebut. Semakin terkenal artis yang didatangkan maka semakin banyak menyedot partisipasi

aktif masyarakat dan semakin memunculkan citra kekuasaan yang ingin diciptakan calon bupati dengan menghadirkan artis dangdut nasional.

Dalam dunia perpolitikan, elit politik tidak akan mungkin lepas dari media massa. Tanpa adanya media massa maka sangat susah untuk menyampaikan visi-misi kandidat dan sangat susah untuk kandidat memperkenalkan diri mereka kepada para pemilih yang akan memilihnya nanti. Penyampaian visi-misi dan perkenalan diri calon elit politik itu dapat melalui media seperti televisi, *baleho*, *talkshow*. Dan yang lagi marak saat ini adalah dengan menggunakan media artis dangdut nasional. Dengan adanya tayangan dangdut di televisi memberikan ide kepada team sukses dan calon kandidat menggunakan artis dangdut sebagai media kampanye. Maka dari itu peran media massa sangatlah berpengaruh dalam kampanye para calon elit politik.

#### **D. Efektifitas Pemilihan Artis Dangdut Nasional sebagai Media Kampanye dalam Perolehan Suara**

Dalam sebuah pemilihan umum yang diadakannya kampanye atau komunikasi politik cara berkuasa yang dilakukan oleh calon penguasa merujuk pada cara berkuasa *Be Good Approach* dan *Implicit Bargaining*. Cara berkuasa *Be Good Approach* yaitu dengan menggunakan cara pemberian hadiah berupa sembako, uang, bantuan perlengkapan sehari-hari dan lainnya kepada masyarakat agar masyarakat memberikan hak suara mereka kepada calon tersebut. Hal yang sama juga ditunjukkan pada cara berkuasa *Implicit Bargaining*, yang dimana terdapatnya sebuah kesepakatan yang terjalin antara masyarakat dan calon penguasa. Cara pembuatan perjanjian yang sangat berpengaruh pada saat menjelang pemilihan adalah mendatangkan artis dangdut dalam sebuah kampanye politik. (Syafiie, 2003)

Mendatangkan seorang artis dengan tujuan menghibur masyarakat memberikan

relasi diantara kedua belah pihak. Relasi yang tercipta dalam kampanye akbar ini adalah kandidat mendatangkan artis untuk menghibur masyarakat dan masyarakat hadir untuk mendengarkan pemaparan visi dan misi kandidat calon bupati. Seperti yang dikemukakan oleh McQuail, Meadow, komunikasi politik merujuk pada, segala bentuk pertukaran simbol atau pesan yang sampai tingkat tertentu dipengaruhi atau mempengaruhi berfungsinya sistem politik. (Henry and Rachmah, 2012; Pawito, 2009)

Politik dalam Antropologi adalah bagaimana membentuk sebuah kesepakatan atau relasi. Relasi yang tercipta berasal dari orang-orang yang berkuasa untuk masyarakat yang dikuasainya. Dalam hal pemilihan bupati ini relasi yang tercipta antara calon bupati dengan masyarakat adalah calon bupati mendatangkan artis dangdut terkenal dan masyarakat menikmati hiburan dari artis tersebut dan memberikan hak suaranya kepada calon bupati tersebut. Dengan strategi politik yang diusung oleh tim sukses dan bupati calon nomor urut dua dapat memberikan hasil yang signifikan. Hal itu terjadi karena pasangan calon nomor urut 2 yaitu H.A. Kaswadi Rasak, S.E., dan Supriansa. S.H., M.H., dapat mendulang suara terbanyak. Meski kampanye dengan mendatangkan artis dangdut bukanlah penghasil perolehan suara yang utama namun, dengan mendatangkan artis dangdut dapat membantu calon tersebut dalam memperkenalkan diri dengan mudah. Media kampanye yang paling banyak mendulang suara adalah *door to door*. Meski demikian peran dari artis dangdut hanya memperkenalkan calon bupati pada khalayak.

Mendatangkan artis dangdut nasional sebagai media kampanye merupakan hal yang wajar saja. Dalam mendatangkan artis dangdut yang memiliki penggemar yang banyak akan memberikan juga keuntungan kepada calon bupati. Semakin terkenal artis dangdut yang didatangkan maka semakin banyak pula masyarakat yang datang menghadiri kampanye akbar tersebut. Namun, dapat dipastikan bahwa masyarakat

yang datang pada saat acara kampanye akbar tidak semua akan memilih artis dangdut tersebut. Kebanyakan dari masyarakat datang dalam acara kampanye itu hanya untuk menyaksikan artis dangdut yang dijadikan sebagai media kampanye. Hal itu bukanlah sebuah kerugian yang dialami oleh calon bupati, pasalnya saat masyarakat datang menghadiri acara kampanye akbar maka masyarakat akan mendengar dan menyaksikan visi misi serta melihat secara langsung calon bupati yang sedang berkompetisi merebut kekuasaan paling tinggi di daerah tersebut. Dapat dilihat dari perolehan suara yang didapatkan nomor urut dua yang meraih total suara yang tertinggi, dimana artis yang didatangkan itu adalah Zaskia Gotik yang telah berkiprah didunia dangdut sejak tahun 2012. Sedangkan lawan dari AKAR SUPER mendatangkan artis dangdut nasional yaitu Evi Dangdut Akademi yang baru saja berkiprah didunia dangdut.

Antropologi dalam kaitan politik berusaha mengkaji bagaimana proses yang dilalui dalam mendapatkan kekuasaan. Dalam kaitannya ini sangat berpengaruh bagaimana artis dangdut nasional sebagai media kampanye yang digunakan oleh para calon kandidat bupati di Kabupaten Soppeng. Antropologi politik berusaha mengkaji semua kegiatan perpolitikan baik dari segi pedesaan maupun pada perpolitikan modern seperti saat ini. Seperti halnya bupati Soppeng saat ini, ketika mencalonkan diri menjadi bupati, tim sukses dan calon bupati dan wakil bupati berusaha mencari apa yang disenangi masyarakat. Maka dari itu dangdut dijadikan sebagai media kampanye dalam mendulang massa untuk mendatangi kampanye akbarnya sedangkan *door to door* sebagai media pendulang suara terbanyak dalam perolehan suara. Namun, dalam memperkenalkan calon bupati tersebut artis dangdut dalam kampanye akbarlah yang menjadi media yang paling berperan.

## E. Penutup

Dangdut merupakan sebuah gendre musik yang sudah tidak asing lagi. Dangdut

sudah dikenal dari akhir tahun 1970-an, dimana pada tahun itu pula lah raja dangdut Indonesia Rhoma Irama sedang naik daun. Namun, musik dangdut belum begitu diminati oleh masyarakat di Kabupaten Soppeng. Musik dangdut baru begitu diminati oleh masyarakat di Kabupaten Soppeng saat mulai munculnya ajang pencarian bakat pada tahun 2000-an. Hal itu tambah memberikan minat masyarakat untuk menonton dangdut dan menyukai dangdut saat stasiun televisive Indosiar menayangkan acara pencarian bakat yang menghadirkan biduan perwakilan dari Sulawesi Selatan. Bidua-biduan tersebut adalah, Aty dari Kepulauan Selayar peserta Dangdut Academi tahun 2014, Evi dari Masamba peserta Dangdut Academi tahun 2015 serta Selfi LIDA 2018, selain itu pihak Indosiar juga menghadirkan artis dangdut ibu kota yang memang sudah terkenal seperti Inul Daratista, Nassar, Zaskia Gotik, Saipul Jamil dan artis lainnya. Titik puncak kepopuleran artis dangdut nasional terjadi pada tahun 2014 hingga saat ini. Hal itu dibuktikan dengan seringnya masyarakat menyaksikan dan mendengarkan lagu dangdut dalam sehari

Dalam antropologi politik relasi yang terjalin antara artis dangdut dan calon bupati adalah artis dangdut dapat menyedot banyak masyarakat dan calon bupati dapat mensosialisasikan dirinya kepada masyarakat. Di Kabupaten Soppeng sendiri dalam pemilihan artis dangdut nasional sebagai media kampanye harus melalui beberapa pertimbangan, dimana calon bupati harus mengetahui minat dari masyarakat itu sendiri. Artis dangdut nasional di Kabupaten Soppeng dipilih sebagai media kampanye karena dangdut dianggap memiliki banyak penggemar; kebutuhan masyarakat yang suka dangdut, karena adanya acara TV pencarian bakat musik dangdut; dangdut yang merakyat dan dangdut juga dekat kepada rakyat; serta dangdut dianggap dapat menggerakkan massa.

Keefektivitasan pemilihan artis dangdut dalam perolehan suara bisa dikatakan bukan pengaruh utama. Artis dangdut bukanlah media perolehan suara



terbanyak. Mendatangkan artis dangdut dalam kampanye politik dapat dikatakan hanya penarik masyarakat saja untuk berkumpul dalam satu titik. Saat masyarakat berkumpul calon bupati dapat memanfaatkannya untuk mensosialisasikan diri dalam kampanye tersebut. Artis dangdut yang datang untuk menghibur penggemarnya juga hanya sekedar mensosialisasikan calon bupati. Media penghasil perolehan suara terbanyak adalah *door to door*. Namun, dengan telah dilaksanakannya acara kampanye akbar yang menghadirkan artis maka masyarakat dapat mengetahui calon bupati tersebut saat pelaksanaan *door to door*. Namun semakin terkenal artis yang didatangkan maka semakin banyak juga masyarakat yang datang dalam acara kampanye akbar tersebut. Semakin banyaknya masyarakat yang datang memberikan peluang yang besar kepada calon bupati untuk dipilih oleh masyarakat karena banyaknyalah masyarakat yang mengetahui calon bupati tersebut.

## Referensi

- Ahmad, A.A., Cangara, H., Hasrullah, H., 2018. Pembatasan Kampanye dan Rendahnya Partisipasi Pemilih pada Pilkada Serentak 2015 di Tiga Kabupaten di Sulawesi Selatan. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, 63–71.
- AKBAR, I., 2017. tinjauan yuridis pelaksanaan pemilihan Kepala Desa Secara Serentak di Kabupaten Soppeng (PhD Thesis).
- Anwar, A., 2015. *Perspektif Ilmu Politik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Arifin, A., 2015. *Perspektif ilmu politik*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Arifin, A., 2013. *Politik pencitraan*. Pustaka Indonesia.
- Arifin, A., 2011. *Komunikasi politik: filsafat, paradigma, teori, tujuan, strategi, dan komunikasi politik Indonesia*. Graha Ilmu.
- Hakiki, K.M., 2011. Politik Identitas Agama Lokal (Studi Kasus Aliran Kebatinan). *Analisis: Jurnal Studi Keislaman* 11, 159–174.
- Henry, S., Rachmah, I., 2012. *Komunikasi politik, media, dan demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada media group.
- Heryanto, A., 2012. *Budaya populer di indonesia*. Yogyakarta: jalasutra.
- Luaylik, F., Khusyairi, J.A., 2012. *Perkembangan Musik Dangdut Indonesia 1960an-1990an*. Verleden.
- Maliki, Z., 2018. *Sosiologi politik: makna kekuasaan dan transformasi politik*. UGM PRESS.
- Marwis, M., 2016. Analisis Kampanye Politik terhadap Sikap Pemilih Pns Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Soppeng pada Pilkada Tahun 2005. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, 382–393.
- Pawito, 2009. *Komunikasi politik: media massa dan kampanye pemilihan*. Jalasutra.
- Romadhon, A., 2013. Musik Dangdut Koplo di Grup Bhaladika Semarang dalam Konteks Perubahan Sosial Budaya. *Catharsis* 2.
- Sopeng, B.P.S.K., 2013. *Kabupaten Soppeng dalam Angka Tahun 2013*. Soppeng: BPS.
- Subiakto, H., Ida, R., 2012. *Komunikasi Politik. Media dan Demokrasi*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Syafiie, I.K., 2003. *Kepemimpinan Pemerintahan Indonesia*. Refika Aditama.