

POLITAINMENT DALAM DEBUT AWAL POLITIK KAESANG PANGAREP TERHADAP PREFERENSI WARGA DEPOK

Devy Putri Kussanti^{1*}, Susilowati², Rety Palupi³, Dobrin Tsvetanov Bugov⁴

¹Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

³Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

⁴Program Studi Antropologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

*Korespondensi Author E-mail: devy.dpk@bsi.ac.id

Diterima : 19102023

Direvisi : 20102023

Disetujui : 09112023

ABSTRACT

People's preferences for policing can vary significantly depending on the individual, culture, and political context of a country or region. In this research, Kaesang Pangareb as a young man who is a public figure entered the world of politics to become a candidate for mayor of Depok, and in his activities used various content on his social media as his strength to improve his image and win the favor of the Indonesian people. The Depok community's preference for Kaesang which is considered to have creativity and innovation is really needed for the progress of the city of Depok. The purpose of this research is to see facts or phenomena regarding the preferences (tendencies) of Depok residents to support Kaesang Pangareb moving forward in the world of politics and running for Mayor of Depok, and to see what aspects of Depok residents' preferences regarding the decision to support Kaesang Pangareb as Candidate for Mayor of Depok. The research uses qualitative research methods using the phenomenological tradition, using primary and secondary data, namely interviews, and also literature. And the analysis used uses Schultz's Politainment theory. The research results state that Kaesang's indirect involvement in every Jokowi activity is an indication of politainment, where the documentation and captions provided are packaged dramatically in the form of entertainment that focuses on politics so that it attracts public attention.

Keywords: *Politainment; Preference; Public Figure; Society.*

ABSTRAK

Preferensi masyarakat terhadap politainment bisa bervariasi secara signifikan bergantung pada individu, budaya, dan konteks politik di suatu negara atau wilayah. Pada penelitian ini, Kaesang Pangareb sebagai seorang anak muda yang merupakan tokoh publik merambah ke dunia politik untuk menjadikan calon walikota Depok, dan dalam kegiatannya menggunakan berbagai konten di dalam media sosialnya sebagai kekuatannya untuk meningkatkan citra dirinya dan mendapatkan hati dimata masyarakat Indonesia. Preferensi masyarakat Depok terhadap Kaesang yang dianggap memiliki keativitas dan inovasi sangatlah dibutuhkan untuk kemajuan kota Depok. Tujuan dari penelitian ini adalah ingin melihat fakta atau fenomena mengenai preferensi (kecenderungan) warga Depok mendukung Kaesang Pangareb melangkah maju dalam dunia perpolitikan dan mencalonkan diri menjadi Walikota Depok, dan ingin melihat aspek apa saja preferensi warga Depok terhadap keputusan mendukung Kaesang Pangareb sebagai Calon Walikota Depok. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan tradisi fenomenologi, dengan menggunakan data primer dan sekunder, yaitu wawancara, dan juga kepustakaan. Serta analisis yang digunakan menggunakan teori Politainment dari Schultz. Hasil penelitian menyatakan bahwa keterlibatan secara tidak langsung Kaesang terhadap setiap kegiatan Jokowi merupakan indikasi politainment, dimana dokumentasi dan caption yang diberikan dikemas secara dramatis dalam bentuk hiburan yang berfokus pada politik sehingga menarik perhatian publik.

Kata kunci: Politainment; Preferensi; Tokoh Publik; Masyarakat.

PENDAHULUAN

Politik erat kaitannya dengan urusan pemerintahan, dimana pada umumnya merujuk kearah tata cara pengelolaan negara dan cara pemerintah merumuskan peraturan dan undang-undang. Dunia perpolitikan merupakan wujud kompleksitas dari interaksi yang terjadi dalam bidang politik yang didalamnya terdapat institusi/instansi, aktor politik, proses, ideologi, kebijakan maupun konflik yang berkaitan dengan pemerintahan, pengambilan keputusan dan juga distribusi kekuasaan maupun sumber daya dalam masyarakat. Selain itu dalam dunia perpolitikan melibatkan pula segala hal yang terkait dengan cara bagaimana mengatur suatu Negara atau komunitas masyarakat, bagaimana keputusan-keputusan politik dibuat dan dilaksanakan serta adanya kegiatan pemilihan umum, diplomasi internasional, hingga perdebatan tentang isu-isu sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Tidak heran jika seseorang masuk kedalam dunia perpolitikan maka wawasan kebangsaan dan kemasyarakatan akan bertambah menjadi lebih luas serta memiliki kepekaan terhadap keadaan bangsa dan Negara. Adalah aktor politik, individu yang memiliki peran dalam bidang politik sekaligus berpartisipasi dalam proses politik termasuk dalam pengambilan keputusan, kegiatan kampanye maupun aktifitas politik secara umum. Aktor politik dapat memiliki pengaruh yang beragam dalam membentuk dan mempengaruhi kebijakan, sistem pemerintahan, dan dinamika politik suatu negara atau wilayah.

Fenomena di Indonesia beberapa tahun terakhir tidak hanya *public figure* atau selebritas yang mulai merambah ke dunia perpolitikan tetapi para tokoh publik/anak pejabat tinggi maupun instansi pun mulai tertarik untuk masuk ke dunia politik untuk melakukan pencaonan diri sebagai caleg atau calon legislatif. Fenomena ini dapat digolongkan sebagai tren dikarenakan dengan ikutsertanya artis dalam ajang pemilihan umum dianggap lazim menjadi penghias dalam sebuah pesta demokrasi di Indonesia dimulai pada jaman reformasi.

Sepertiyang diungkapkan oleh Heryanto, bahwa Politainment dapat terciptanya suatu symbiosis mutualisme yang terjadi di antara media dengan aktor politik. Dengan adanya politainment, maka seorang aktor politik memperoleh publisitas dan juga melakukan konstruksi realitas dari sebuah citra yang diharapkannya, sedangkandengan menggunakan media menjadi untung dikarenakan mendapatkan berbagai topik yang bisa menyedot perhatian public. (Pratiwi, 2020)

Sehingga bila melihat dari pernyataan Heryanto tersebut maka dapat terlihat dengan kondisi saat ini dimana semakin melonjaknya keikutsertaan deretan artis Indonesia maupun tokoh publik dalam dunia perpolitikan saat tiba waktu Pemilu, maka semakin besar fenomena dari "*politainment*". Keterlibatan artis/tokoh publik di dunia politik pada dasarnya telah memunculkan kontroversi, hanya saja parpol (partai politik) mempunyai macam-macam alasannya untuk mengundang selebritas

ataupun tokoh publik menjadi kandidat legislator (caleg) di dalam suatu pesta demokrasi yaitu pemilihan umum. Diantaranya ialah, popularitas dan daya tarik media yang dimiliki oleh para artis/tokoh publik menjadi pertimbangan pragmatis bagi partai politik dalam memasarkan suatu kampanye politik serta banyaknya artis ataupun tokoh publik menjadiharapan agar mampu untuk memberikan peningkatan eksposur partai politik serta dapat menjadi ketertarikan para pemilih yang kemungkinannya kurang berminat pada politik yang konvensional. Pada lingkungan politik yang penuh dengan persaingan, maka dengan hadirnya para selebritas ataupun tokoh publik bisa menciptakan keunggulan elektoral secara menarik agar mendapatkan banyaknya pendukung dan juga menjadi perhatian dari pemilih.

Konsep antara politik dan entertainment disatukan yang mana pada awalnya seperti suatu yang tidak mungkin untuk disatukan, akan tetapi nyatanya dapat Bersatu di dalam sebuah ekosistem dari sebuah media. Menurut Parenti yang dikutip oleh Allifiansyah mengungkapkan konsep mengenai politainment mempunyai pijakan pada pemahaman tentang apa yang disajikan oleh sebuah media menjadi suatu aneksasi antara politik dan entertainment. (Gerastri, 2020). Sehingga *Politainment* seringkali digunakan untuk memperoleh perhatian dari masyarakat terkait isu-isu politik dan juga memfasilitasi diskusi politik di kalangan masyarakat serta dapat juga mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap tokoh maupun isu politik tertentu. Keterkaitan *politainment* dengan tokoh publik, pejabat maupun keluarga dengan latar belakang politik menjadikan kaidah *politainment* digunakan oleh mereka sebagai sarana untuk meningkatkan profil mereka di media dan memengaruhi opini publik. Hal tersebutlah yang kerap digunakan oleh beberapa individu dari kalangan keluarga pejabat, politikus, tokoh publik maupun entertainer dalam menuju dunia perpolitikan.

Salah seorang tokoh publik yang kini mulai melirik dunia perpolitikan di Indonesia adalah Kaesang Pangarep Widodo. Ia dikenal sebagai anak bungsu dari bapak Joko Widodo yang merupakan Presiden Indonesia ke-7, atau yang lebih dikenal dengan sebutan Jokowi dan Ibu Iriana. Selain itu, Kaesang juga dikenal karena aktivitasnya di media sosial dan dunia bisnis. Kaesang aktif di berbagai platform media sosial dan memiliki bisnis kuliner, terutama yang berkaitan dengan makanan cepat saji. Tidak hanya membuat konten mengenai kesibukannya maupun kuliner, Kaesang juga mendukung kampanye Ayahnya (Jokowi) pada pemilihan Presiden Indonesia 2014 dan 2019 dengan memanfaatkan media sosialnya. Ia terlibat dalam membagikan pandangan dan memberikan dukungan virtual terhadap program-program serta kebijakan yang diusulkan oleh Ayahnya. Hal tersebut membuatnya tidak asing dengan dunia politik dan bahkan kini ia ingin mencoba untuk terjun sebagai aktor politik di Indonesia.

Menurut Gaetano Mosca dalam McNair aktor politik yaitu sekelompok kecil dari kekuasaan warganegara pada sistem politik. Dimana aktor politik juga merupakan penguasa yang mempunyai kewenangan luas guna memberikan dinamisasi dari struktur dan juga fungsi pada sistem politik. Secara operasionalnya para aktor ataupun seorang penguasa dapat melakukan dominasi pada segi kehidupan berpolitik. Penentu dalam suatu kebijakan sangatlah ditentukan oleh bagian dari kelompok yang merupakan aktor politik. (Tawaang, 2016) Bila mengacu pada pendapat tersebut, maka dapat dikatakan bahwa aktor politik mempunyai tempat yang penting pada publik untuk menentukan suatu kebijakan, dimana apa yang menjadikan suatu kebijakan itu bisa saja dalam bentuk program kerja maupun aspirasi. Sehingga kedepannya dapat dirasakan perbedaan akan suatu perubahan di mata masyarakat melalui apa yang telah tercapai oleh pelakupolitik pada wilayah pemilihan tersebut.

Maraknya pemberitaan dan banyaknya media publikasi yang beredar di Depok mengenai Kaesang menjadi pendatang baru pada ranah politik di Indonesia yang diusung maju oleh Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dalam pemilihan Walikota Depok pada 2024 menimbulkan kontroversi dikalangan masyarakat Depok. (Khadafi, 2023) Pro dan kontra pencalonan Kaesang sebagai Walikota Depok dapat dikatakan wajar karena Kaesang masih terbilang muda dan bukan warga Depok sehingga masyarakat yang kontra merasa bahwa menjadi pemimpin daerah tertentu sudah selayaknya berasal dari daerah tersebut juga agar pemimpin mengetahui seluk beluk permasalahan dari wilayah yang dipimpin. Sedangkan bagi mereka yang pro memiliki berbagai pemikiran yang modern dengan berasumsi bahwa pemimpin haruslah anak muda agar pemikirannya *fresh* dan lebih maju.

Pro dan kontra dalam masyarakat mengenai pencalonan Kaesang menjadi bagian penting dalam proses pengambilan keputusan seseorang terhadap pilihannya. Dimana masyarakat yang pro dan kontra akan lebih sering mencari informasi terkait siapa, bagaimana dan apa saja yang telah dilakukan oleh Kaesang sejak remaja hingga kini. Sehingga kemungkinan besar akan muncul preferensi di masyarakat terhadap Kaesang setelah mengetahui banyak mengenai sosok Kaesang dari media sosial ataupun telah di internet.

Preferensi adalah, suatu hak untuk didahului serta menjadi hal yang utama dari yang lainnya; pengutamaan; atau dapat diartikan menjadi suatu pilihan; mempunyai kecenderungan; atau ketertarikan. Sehingga dapat diartikan preferensi merupakan konsep teoritis yang menjelaskan kenapa seseorang cenderung mempunyai pilihan satu opsi dibandingkan yang lainnya dan cenderung untuk masyarakat dapat memilih seseorang yang menjadi satu faktor yang menjadi ukuran penilaian akan berhasil atau tidaknya komunikasi yang dilakukan oleh seseorang tersebut. (Jamila & Putra, 2016)

Sebagai seseorang yang memiliki latar belakang dalam bidang entrepreneur dan aktivitas sosial, Kaesang mumpuni pula dalam bidang digital yakni sebagai youtuber dan vlogger. Kaesang memiliki saluran youtube "Kaesang - Disaat Lain", dimana kontennya melibatkan pengalaman pribadi, kunjungan ke berbagai tempat, wawancara dengan tokoh terkenal, dan banyak lagi. Kontennya dapat bervariasi sesuai dengan minat dan pengalaman pribadinya. Salah satu ciri khas dari saluran youtube Kaesang adalah gaya pribadinya yang santai dan interaksi dengan berbagai tamu serta banyak orang yang ditemui sepanjang proses perjalanannya. Dengan bisnis yang digelutinya semakin berkembang dan dapat menciptakan banyaknya lapangan pekerjaan sehingga menambah perkembangan dan roda dalam perekonomian menjadi lebih sehat sehingga menjadikan Kaesang salah satu sosok yang patut dijadikan inspirasi.

Pendidikan yang ditempuh oleh Kaesang di SMA yang bertempat di *Singapura*, yaitu *Anglo-Chinese School International* dalam program studi *International Baccalaureate*. Kemudian Kaesang melanjutkan kuliah di *Singapore University of Social Sciences (SUSS)* dengan memilih jurusan marketing dengan peminatan komunikasi. Memiliki latar belakang pendidikan dan wawasan yang cukup baik di usia muda merupakan langkah awal Kaesang dalam membentuk branding dirinya agar mumpuni sebagai salah satu aktor di dunia perpolitikan Indonesia.

Terdapat tiga buah penelitian terdahulu yang telah membahas tentang Politainment diantaranya adalah penelitian yang berjudul "Pemberitaan Politainment Pasangan Calon Presiden Dan Wakil Presiden Pada Pilpres 2019 Di [Www.Viva.Co.Id](http://www.viva.co.id)" yang diteliti oleh Dea Rezki Gerastri (Gerastri, 2020). Penelitian yang bertujuan untuk melihat *framing device* (perangkat pembingkai) politainment dari pasangan calon presiden dan wakil presiden di dalam pemilu 2019 pada pemberitaan www.viva.co.id dan juga untuk melihat *reasoning device* atau perangkat penalaran) politainment dari pasangan calon presiden dan juga wakil presiden di pemilu 2019 pada www.viva.co.id dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis framing dan menggunakan model analisis Gamson dan Modigliani., serta menggunakan Teori Ekologi Media untuk melihat pemahaman akan lingkungan yang tercipta oleh Viva.co.id sebagai media online Hasilnya Kedua alat di Analisis framing Gamson dan Modigliani menghasilkan tiga komponen utama yaitu menjelaskan bahwa Viva.co.id sebagai media online merupakan media lingkungan yang menyediakan informasi dan komunikasi kepada masyarakat Indonesia untuk mempengaruhi jalannya berpikir, merasakan, dan bertindak. Pengaruh ini dapat dijelaskan dalam tiga asumsi dalam Teori Ekologi Media.

Kemudian penelitian kedua yang berjudul *Performa Jurnalisme Online dan Kecenderungan Politainment dalam Berita Pilpres 2019* yang diteliti oleh Ellya Pratiwi (Pratiwi, 2020) Penelitian ini

dimaksudkan untuk mengukur kualitas berita dan kecenderungan politainment pada berita Pilpres 2019 yang dipublikasikan Detikcom dan Tribunnews.com periode 12-17 Agustus 2018. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dan menghasilkan adanya praktik politainment dalam berita Pilpres 2019 di Detikcom dan Tribunnews.com sekalipun merupakan berita yang memiliki kualitas yang baik dan menjadi dominasi untuk kedua media itu.

Penelitian ketiga yang diteliti oleh Felix Tawaang dan berjudul “Representasi Aktor Politik Dalam Agenda Media (Analisis Agenda Setting Terhadap Headline Surat kabar Ibukota)”. (Tawaang, 2016) Pada penelitian yang bertujuan untuk menemukan gambaran tentang komposisi pemediasian aktor dalam agenda media surat kabar ibukota dan menemukan ragam isu yang menjadi sarana pemediasian para aktor oleh organisasi media dalam agenda medianya. Penelitian ini berorientasi pada studi analisis konten surat kabar dalam tradisi agenda setting teori, khususnya terkait dengan fenomena aktor dalam media surat kabar sebelumnya dalam kaitan konteks fenomena valence dan salience. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu terdapatnya lima jenis predikat aktor yang menjadi sasaran komunikasi komunikator tadi. Namun demikian tampaknya predikat Lembaga pemerintah setingkat Kementerian s/d Kelurahan) menjadi paling banyak dimediasi redaksi. Secara akademik, untuk pelaksanaan penelitian yang sejenis ke depannya hendaknya menyertakan telaah terkait fenomena agenda publik agar relevansi menyangkut fenomena mediasi aktor di antara keduanya dapat diketahui. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu peningkatan literasi media di kalangan pembaca media surat kabar.

Apabila melihat ketiga penelitian tersebut maka mempunyai perbedaan dari penelitian ini, yaitu dari segi objek dan juga subjek penelitiannya, dimana pada penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan objeknya adalah politainment Kaesang Pangareb dalam pencalonan sebagai Walikota Depok 2024 dan preferensi dari masyarakat Depok Sedangkan pada subjek penelitiannya pada penelitian ini Kaesang Pangareb sebagai calon walikota Depok 2024 serta masyarakat Depok. Perbedaan lainnya dari kedua penelitian tersebut yaitu penggunaan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fonomenologi dan dalam analisisnya menggunakan teori politainment dari Schultz.

Pada penelitian ini, bertujuan untuk dapat mengungkapkan fakta atau fenomena mengenai preferensi (kecenderungan) warga Depok mendukung Kaesang Pangareb melangkah maju dalam dunia perpolitikan dan mencalonkan diri menjadi Walikota Depok. Penelitian pun ingin melihat dari aspek apa saja preferensi warga Depok terhadap keputusan mereka untuk mendukung Kaesang Pangareb maju sebagai Calon Walikota Depok.

METODOLOGI

Metode analisa data yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini dimaksudkan guna mendapatkan data-data yang yangterjaminnya menjadikan keakuratan, dengan mendalam serta komprehensif yang memiliki keterkaitan pada tema yang dipilih dams suatu penelitian. Sedangkan metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan kepustakaan.

Creswell menyebutkan bahwa penelitian kualitatif memiliki arah dan juga bertujuan untuk melakukan eksplorasi dan juga memberikan suatu pemahaman dari data dengan cara lebih mendalam. Data pada pernyataan ini memiliki keterkaitan dengan arti dari setiap pernyataan tentang permasalahan dalam suatu penelitian yang dinyatakan dengan cara langsung oleh informan, khususnya informan-informan kunci ataupun yang menjadikan kunci dalam penelitian. (Bandur, 2016)

Lebih lanjut definisi metode kualitatif menurut Creswell dalam (Rukin, 2019) menyatakan bahwa, Penelitian kualitatif yaitu suatu pendekatan untuk membangun suatu pernyataan dalam pengetahuan yang berdasar pada perspektif-konstruktif (seperti makna yang terkandung, dan mempunyai sumber yang diperoleh dari pengalaman seseorang individu, nilai-nilai sosial dan juga sejarah, serta mempunyai tujuan guna membangun suatu teori ataupun pola pengetahuan tertentu), atau berdasarkan perspektif partisipatori contohnya (orientasi terhadap politik, isu, kolaborasi, atau perubahan), ataupun keduanya.

Tradisi penelitian yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini menggunakan fenomenologi sebagai alat untuk mengeksplorasi dan menganalisis pengalaman individu secara mendalam. Menurut Morissan dalam (Wuriyanti & Febriana, 2022) dalam teori-teori komunikasi yang termasuk kedalam tradisi fenomenologi, diasumsikan bahwa seseorang yang aktif dalam memberikan interpretasi berbagai pengalaman dari mereka, membuat mereka mampu untuk memahami apa yang terdapat pada lingkungannya melalui pengalaman yang dialaminya secara pribadi serta secara langsung dengan lingkungan tersebut. Tradisi fenomenologi amatsangat menekankan kepada apa yang dipersepsikan dan juga yang diinterpretasikan dari pengalaman subjektif seseorang. Para ahli yang mendukung teori tersebut memiliki kepercayaan akan apa yang diceritakan ataupun apa yang menjadi pengalaman oleh individu memiliki penilaian yang lebih besar dan otoritas yang lebih tinggi daripada hipotesis penelitian.

Dimana studi fenomenologi mendeskripsikan pemaknaan umum dari suatu individu pada banyaknya pengalaman hidupnya dan memliki keterkaitan dengan suatu konsep ataupun

fenomena. Fenomenologi mempunyai tujuan yang utama yaitu untuk melakukan reduksi atas pengalaman seseorang individu melalui suatu fenomena yang menjadikan deskripsi mengenai suatu esensi ataupun intisari secara universal. (Creswell, 2015)

Metode pengumpulan data didapat dari hasil wawancara yang dapat diperoleh melalui dua sumber data, (1) Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama dan dikumpulkan dengan cara khusus melalui sistem wawancara, dan menghasilkan pengisian kuesioner juga observasi yang mempunyai hubungan dengan apa yang menjadi permasalahan yang sedang diteliti. (2) Data Sekunder, yaitu data primer yang sudah dilakukan olah data terlebih dahulu kemudian dilanjutkan dengan penyajian baik oleh pihak yang mengumpulkan data primer ataupun dari pihak lainnya. Sedangkan pada sumber data sekunder merupakan data yang didapat melewati pihak lainnya, tidak didapat secara langsung oleh peneliti diambil dari subyek penelitiannya. (Yusuf, 2017)

Sedangkan untuk data kepustakaan yang peneliti lakukan, menurut Khatibah penelitian dengan menggunakan kepustakaan yaitu sebagai suatu kegiatan yang dilaksanakan dengan cara yang sistematis guna pengumpulan, dan juga mengolah, serta membuat suatu kesimpulan pada data dengan menggunakan suatu metode ataupun suatu teknik untuk memperoleh jawaban pada permasalahan yang dihadapi pada penelitian dengan menggunakan kepustakaan. (Sofiah et al., 2020) Sedangkan Danandjaja menyatakan, penelitian kepustakaan yaitu penelitian bibliografi dengan menggunakan cara sistematis ilmiah, yaitu meliputi langkah dalam mengumpulkan bahan-bahan dari bibliografi, yang mempunyai keterkaitan dengan target dari penelitian; langkah mengumpulkan dengan menggunakan metode kepustakaan; serta melakukan pengorganisasian dan penyajian data-data. (Sari & Asmendri, 2020)

Pada pengumpulan data wawancara, peneliti melakukan wawancara dengan warga Depok dan sekitarnya sebagai pemilih potensial. Adapun warga Depok tersebut yang dapat memberikan gambaran tentang bagaimana respon mereka terhadap kesiapan dan rencana politik Kaesang Pangareb. Sedangkan kepustakaan melalui semua sumber tertulis atau publikasi yang relevan dan berkaitan dengan topik penelitian atau studi tertentu. Termasuk buku, artikel jurnal, makalah, laporan, dokumen, dan sumber-sumber lainnya yang dapat digunakan untuk mendukung atau memberikan landasan teoritis bagi penelitian.

Sedangkan dalam menganalisis datanya menggunakan triangulasi data, dimana triangulasi dapat dikategorikan sebagai metode teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. (Moleong, 2017)

Dalam penelitian data kualitatif ini penulis memperoleh hasil wawancara yang dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan metode tertentu sebagai berikut:

1. Mereduksi data, dimana keseluruhan data wawancara dikumpulkan dan dipilih berdasarkan tema yang digunakan seperti pemaparan mengenai pribadi Kaesang hingga pada kemampuan perpolitikan Kaesang saat ini.
2. Menyusun catatan mengenai berbagai hal yang berkenaan dengan kegiatan dari Kaesang serta proses bagaimana Kaesang dapat membangun pemahaman terhadap diri dan masyarakat mengenai hal tertentu.
3. Melakukan menganalisis hasil wawancara.
4. Menganalisa data yang didapatkan dengan menghubungkan pada kategori politainment yang diciptakan oleh Kaesang sendiri maupun yang diciptakan oleh masyarakat serta pola pemahaman atau penafsiran yang kemudian terbentuk dari adanya penciptaan identitas Kaesang sehingga menimbulkan preferensi di masyarakat.

PEMBAHASAN

Fenomena Politainment Kaesang Pangareb

Kaesang Pangareb adalah putra terakhir dari Presiden Indonesia yang ke-7, yaitu Joko Widodo dan selalu aktif dalam berbagai kegiatan yang berhubungan dengan media sosial. Kaesang seringkali menggunakan platform media sosialnya seperti Twitter dan Instagram untuk aktifitas pribadi seperti melakukan promosi produk maupun kegiatan bisnisnya, dimana kategorisasi produk yang ada di media sosialnya merupakan produk yang ia kembangkan sendiri dan juga produk dari rekan sesama tokoh publik, artis maupun dari kalangan rekan *entrepreneur*. Selain itu Kaesang kerap kali membagikan kegiatan sehari-harinya seperti ketika sedang berlibur dengan keluarga, makan diberbagai restoran atau jajanan *streetfood* hingga pada aktivitas lain yang berhubungan dengan hiburan melalui media sosial atau berinteraksi dengan para pengikutnya dengan cara menjawab pertanyaan, berbalas komentar dan juga berdiskusi dengan pengikut media sosialnya mengenai topik yang beragam.

Hal yang dilakukan Kaesang dengan memanfaatkan media sosial sesuai dengan pandangan dari (Harahap et al., 2020) media sosial merupakan sebuah platform dengan basis secara digital yang membuat suatu kesempatan ataupun ruang untuk penggunaanya

guna memberikan suatu ungkapan ataupun pendapat bahkan juga pemikirannya, menggunakan media sosial, maka penggunanya bisa bertukar informasi.



Gambar 1. Kaesang pada saat kuliner

Sumber: Instagram Kaesang(kaesang_erina, 2021)



Gambar 2. Kaesang membagikan kegiatan pagi Ayahnya-Jokowi

Sumber: Instagram Kaesang(kaesang_erina, 2021)

Berawal dari hal tersebutlah nama Kaesang dikenal menjadi salah satu tokoh publik yang aktif bermedia sosial sejak tahun 2012. Kaesang mulai aktif berbicara mengenai pandangannya tentang dunia politik di media sosial pada periode sekitar pemilihan presiden Indonesia tahun 2019. Dimana pada saat itu Kaesang terlibat dalam berbagai diskusi politik dan membagikan pandangan politiknya di Twitter dan platform media sosial lainnya selama

periode kampanye dan pemilihan presiden tersebut. Berbagai aktifitas politik di media sosial Kaesang cukup menyita perhatian publik selama periode kampanye tahun 2019, dimana dengan antusias Kaesang mengungkapkan dukungannya terhadap ayahnya, Joko Widodo (Jokowi), yang merupakan calon presiden pada saat itu. Beberapa hal yang dilakukan Kaesang melalui media sosial untuk mendukung ayahnya seperti; membagikan kegiatan keseharian ayahnya, membagikan pandangan politiknya kearah mendukung visi dan program ayahnya untuk Indonesia, membagi informasi mengenai kegiatan/kunjungan yang terkait dengan kampanye Jokowi ke berbagai daerah, hingga pada membagikan moment ayah dan ibunya selalu bersama ketika bertugas serta mengajak pengikut media sosialnya untuk berpartisipasi dalam pemilihan presiden dan mendorong pemilih muda untuk menggunakan hak pilih mereka, menarik perhatian pemilih muda dengan memanfaatkan dan menggunakan humor maupun *meme* dalam pesan politiknya di media sosial.



Gambar 3. Kaesang membagikan moment kebersamaan Jokowi-Iriana

Sumber: Instagram Kaesang(kaesang_erina, 2021)



Gambar 4. Kaesang saat mengikuti Jokowi-Iriana blusukan ke pasar di Blora

Sumber: Instagram Kaesang(kaesang_erina, 2021)

Sejak itulah nama Kaesang menjadikan dirinya dikenal dan juga diketahui keberadaannya dimata masyarakat Indonesia. Tidak hanya sebagai salah satu putra dari seorang Presiden RI tetapi konten dan pesannya di media sosial pada saat kampanye pemilihan Presiden menjadi perhatian publik hingga perdebatan dan diskusi dikalangan masyarakat dan netizen. Ditambah dengan kemampuan bisnis dan usahanya dalam berbagai bidang, seperti kuliner, fashion, aplikasi telepon pintar hingga aktifitas sosial dan kemanusiaan membuat Kaesang menjadi lebih tenar sebagai tokoh publik. Maka dapat disimpulkan bahwa Kaesang memanfaatkan dengan baik platform media sosial dan exposure media, dimana Kaesang menjadi lebih terkenal secara nasional di Indonesia setelah ayahnya menjadi Presiden dan kehadirannya di media sosial serta aktivitas bisnisnya telah mengontribusi pada tingkat ketenarannya.

Fenomena politainment kemudian dipahami sebagai rantai simbiosis antara politisi dan media. Dimana penyatuan antara konsep politisi atau pun orang yang kerap kali menggunakan media sosial sehingga menjadi tokoh publik dan entertainment sanggup menjadi sebuah ekosistem media yang diminati oleh masyarakat. Bersatunya unsur politik dan entertainment memiliki motif tertentu, dimana dari sisi penyampaian pesan/konten pastinya akan dibuat semenarik mungkin agar publik mudah mengerti setiap pesan yang akan diutarakan/disampaikan, publik/masyarakat akan dengan mudah percaya apabila pesan yang disampaikan berasal dari individu yang memiliki kapabilitas sebagai sumber pertama serta

publik akan merasa memiliki ketertarikan apabila pemilik konten merupakan orang ternama atau sedang terkenal saat ini.

Preferensi Warga Depok Terhadap Kaesang Pangareb

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya bahwa preferensi masyarakat terhadap politainment bisa bervariasi secara signifikan bergantung pada individu, budaya, dan konteks politik di suatu negara atau wilayah. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan, dimana Kaesang sebagai salah satu tokoh publik yang kini mulai merambah ke dunia politik, menggunakan kekuatan media sosial dalam meningkatkan citra dirinya sebagai salah satu tokoh publik yang mulai dikenal oleh banyak masyarakat di Indonesia, kemudian Kaesang mengemas dirinya agar dapat mendapatkan hati masyarakat melalui berbagai konten yang ia berikan pada akun pribadi di media sosialnya. Sudut pandang masyarakat yang mengagumi dan cenderung memiliki kesukaan terhadap sikap maupun konten Kaesang menjadi sebuah keberhasilan bagi Kaesang dalam membangun citra dirinya. Preferensi masyarakat tidak hanya dikarenakan Kaesang merupakan anak dari presiden RI Jokowi, melainkan Kaesang memiliki kharisma yang menginspirasi orang lain, dengan debutnya sebagai entrepreneur muda nan berbakat hingga pada tindakannya yang merakyat dan pencetus lapangan kerja bagi anak muda.

Hal diatas sesuai dengan pemikiran menurut Schultz dalam (Suryawati, 2021), menyatakan bahwa dunia politainment yaitu dunia periklanan dimaksudkan politisi menyelimuti dirinya dalam perannya sebagai seorang artis. Bentuk komunikasi ini dipergunakan sebagai langkah untuk mengeluarkan berita ataupun dialog selayaknya sebuah komunikasi mengenai artis tersebut pada umumnya, supaya pesona dari politisi dijangkau masyarakat dengan luas.

Menurut Schultz dalam (Rosyidin, 2020), terdapat banyak kaidah yang menyertai dalam politainment, yaitu diantaranya;

1. Politik yaitu mengenai sebuah cerita ataupun kisah (*politics is about telling a story*). Pada dunia periklanan dan juga dunia marketing, merupakan kunci dari seorang sales yaitu dapat menjelaskan berupa sebuah narasi yang mempunyai kekuatan dan juga menarik. Contohnya, sales dari kendaraan roda empat, lebih memberikan narasi apabila kendaraan tersebut digunakan oleh pelanggannya maka akan menjadi terlihat lebih keren, diharapkan atau diinginkan, orang berada, orang yang mempunyai kemampuan financial yang tinggi, serta cita-cita yang lainnya, tidak pada kualitas dari kendaraan tersebut. Demikian dengan dunia politik, dimana seorang kandidat dapat ditempatkan sebagai komoditas ataupun barang yang

diperdagangkan yang memerlukan sebuah arasi atau penjelasan yang menarik supaya dirinya itu terpilih.

2. Politik yaitu mengenai hasrat (*politics is about passion*). Tak pandang bulu apakah seseorang yang berkecimpung dalam politik berkompeten di bidang politik pula, yang dia tampilkan adalah kharisma yang bisa dijadikan inspirasi bagi orang lain. Kharisma tersebut dibentuk dengan cara menonjolkan personalitasnya dibandingkan dengan kompetensinya. Sehingga orang lain mempunyai keinginan untuk dapat terlibat serta memilih aktor politik itu.
3. Image merupakan segalanya (*image is everything*). Seorang politisi wajib untuk mengartikan siapa dirinya atau dapat diartikan oleh orang lainnya. Maksudnya yaitu politisi wajib untuk dapat membuat citra dirinya sendiri apakah ia ingin menunjukkan seorang yang dapat merakyat, berani, mempunyai ketegasan, serta image lainnya. Tidak hanya itu saja, pihak oposisi pun bisa menciptakan image dirinya sendiri sebagai seorang yang melakukan ingkar janji, tidak bersikap nasionalis, dan image lainnya.
4. Politik yaitu tentang memakai teknologi yang terbaru dan juga terbaik sebagai alat untuk melakukan menyampaikan sebuah informasi (*politics is about using the best new technologies to communicate a message*). Masyarakat pada era digital mampu melakukan kehidupan dengan beranekaragam media, sehingga politisi butuh perhatian dan juga membuat ketertarikan public sebagai bahan untuk dibicarakan.

Belakangan ini muncul pemberitaan mengenai diusungnya Kaesang oleh salah satu partai politik anak muda di Indonesia (PSI-Partai Solidaritas Indonesia), dimana Kaesang digadang akan maju sebagai calon walikota Depok periode 2024. Hal tersebut menjadi tanda tanya besar hingga memunculkan respon masyarakat dengan pandangan pro dan kontra. Beberapa yang tidak setuju dengan isu tersebut menjelaskan berbagai alasan, dimana Kaesang masih belum bisa menjalankan dunia politik karena belum memiliki *track record* dalam dunia politik hingga dikhawatirkan mengokohkan politik dinasti yaitu politik berbau nepotisme yang mengangkat keluarga terdekat untuk memegang jabatan politik di dalam pemerintahan. Hal tersebut disebabkan sudah terdapat dua orang terdekat Presiden Jokowi yang kini menjadi kepala daerah, diantaranya ialah anaknya, Gibran Rakabuming yang menjadi walikota Solo kemudian menantunya, yaitu Bobby Nasution yang menjadi walikota Medan. Jika Kaesang menjabat walikota Depok, maka bertambahlah anak dari keluarga Presiden di dalam pemerintahan.

Lain halnya dengan preferensi masyarakat Depok lainnya, dimana dukungan penuh untuk Kaesang disinyalir karena Depok membutuhkan sentuhan anak muda yang punya kreativitas dan inovasi yang lebih baik agar Depok dapat tumbuh menjadi Kota yang semakin baik, history keluarga

yang sukses menjadi pemimpin pun tidak luput dari alasan preferensi masyarakat Depok terhadap Kaesang, serta adanya berbagai konten di media sosial yang menceritakan kembali mengenai sosok Kaesang sebagai anak muda yang pekerja keras, sayang keluarga dan memiliki kreativitas tinggi. Perkembangan media sosial dan internet telah mengubah sudut pandang seseorang terhadap suatu hal yang belum mereka kenal lebih jauh. Hal ini pula yang menjadi faktor preferensi masyarakat terhadap Kaesang.



Gambar 5 Kegiatan Kaesang yang mengikuti kegiatan Jokowi dengan caption yang menarik perhatian masyarakat

Sumber: Instagram Kaesang(kaesang_erina, 2021)

Melalui kontennya, Kaesang secara tidak langsung memberikan hasrat pada masyarakat bahwa ia akan bekerja dengan baik layak ayahnya. Sehingga banyak dari konten Kaesang di media sosial, khususnya Instagram mencuatkan sisi ayahnya yang pekerja keras, rendah hati dan mendengarkan aspirasi masyarakat. Keterlibatan secara tidak langsung Kaesang terhadap setiap kegiatan Jokowi merupakan indikasi politainment, dimana dokumentasi dan caption yang diberikan dikemas secara dramatis dalam bentuk hiburan yang berfokus pada politik sehingga menarik perhatian publik. Hal ini menjadi nyata ketika banyak banner di Kota Depok banyak menampilkan sosok Kaesang yang siap maju untuk Depok 1.



Gambar 6 Kaesang Pangarep menyatakan siap maju sebagai calon Walikota Depok

Sumber: Tangkapan YouTube Kaesang(Kaesang Pangarep, 2023)

Depok sebagai Kota bagian dari wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) merupakan kawasan metropolitan yang sangat padat penduduk dan memiliki pengaruh besar terhadap ekonomi dan kehidupan sosial. Perekonomian Kota Depok tumbuh pesat dalam beberapa tahun terakhir, hal ini terlihat dengan banyak pusat perbelanjaan, perusahaan, dan industri yang beroperasi serta menjadi Kota yang memiliki akses mudah untuk ke Jakarta dan kota-kota sekitarnya melalui jaringan jalan tol dan transportasi umum seperti kereta api dan bus, selain itu Depok juga terkenal sebagai kota Perguruan Tinggi dimana terdapat Universitas Indonesia sebagai ikon pendidikan di Indonesia dan berbagai Perguruan Tinggi swasta lainnya. Tak heran jika preferensi masyarakat Depok khususnya para millennial/anak muda setuju terhadap pengusungan Kaesang sebagai bakal calon Walikota Depok periode 2024.

Berdasarkan asas demokrasi bahwa politainment bukanlah sesuatu tindakan yang negatif secara alamiah, maka dapat dikatakan bahwa sarana media sosial yang menggabungkan unsur politik dan hiburan memiliki tujuan memengaruhi pandangan masyarakat serta menyampaikan pesan politik dengan lebih menarik. Sehingga pendapat orang tentang peran Kaesang Pangareb dalam politainment akan bervariasi tergantung pada perspektif dan penilaian pribadi setiap individu.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikatakan bahwa Kaesang Pangareb adalah seorang tokoh yang telah aktif terlibat dalam politainment, yakni dimana ia menggabungkan unsur politik dan hiburan terutama melalui platform media sosial dengan

sangat baik dan menarik. Kaesang menggunakan media sosial untuk mendukung, menginformasikan kegiatan, atau menyuarakan isu-isu politik terutama perihal Ayahnya-Jokowi dan juga Ibunda-Iriana dengan cara yang menarik dan menghibur. Tindakan ini bertujuan untuk mempengaruhi opini publik dan menyampaikan pesan politik dengan cara yang lebih mudah dicerna oleh masyarakat yang terbiasa dengan konten hiburan.

Pendekatan yang dilakukan Kaesang memiliki potensi untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, terutama di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Namun, respons terhadap peran Kaesang Pangareb dalam politainment dapat sangat bervariasi tergantung pada sudut pandang individu. Beberapa mungkin melihatnya sebagai upaya positif untuk meningkatkan partisipasi politik dan kesadaran masyarakat, sementara yang lain mungkin mengkritiknya sebagai bentuk trivialisasi politik atau upaya untuk memanfaatkan popularitas hiburan demi kepentingan politik. Pada masyarakat Depok, preferensi terhadap Kaesang lebih kepada jiwa mudanya yang memiliki aura positif sebagai anak pemuka Negeri, kreativitas tinggi terhadap penambahan lapangan pekerjaan hingga pada keramahan dan *low profile* Kaesang yang kerap kali diberi komentar baik di media sosial.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat digaris bawahi bahwa pendekatan *politainment* yang dilakukan oleh Kaesang harus dilakukan dengan bijak dan bertanggung jawab. Hal ini dikarenakan meskipun memiliki tujuan untuk memenangkan preferensi warga Depok, Kaesang harus pula menjaga integritas dan etika politik dalam hal membuat konten di media sosialnya. Kaesang harus dapat mengelola kombinasi antara politik dan hiburan dalam upaya memenangkan dukungan warga Depok. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal melihat apa yang kedepannya akan dilakukan oleh Kaesang sehingga mempengaruhi tindakan preferensi masyarakat yang besar kemungkinan akan berubah ketika adanya tokoh lain yang melakukan hal serupa. Hal ini disinyalir pula karena tahun ini mulai banyak muncul tokoh baru dalam dunia perpolitikan yang memiliki keunggulan dan juga karisma tersendiri. Kedepannya diharapkan terdapat penelitian yang mengulas mengenai efektifitas *politeinment* dalam dunia perpolitikan, sehingga dapat terlihat alur seseorang menjadi politikus melalui *politainment*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandur, A. (2016). *Penelitian Kualitatif (Metodelogi, Desain Dan Teknik Analisi Data Dengan Nvvo, 11 Plus)*, (Jakarta: Mitra Media Wacana) (Jatmiko (ed.); 1st ed.). Mitra Wacana Media.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian kualitatif & desain riset : memilih diantara lima pendekatan* (S. Z. Qudsy & A. L. Lazuardi (eds.); 3rd ed.). Pustaka Pelajar.
- Gerastri, D. R. (2020). Pemberitaan Politainment Pasangan Calon Presiden Dan Wakil Presiden Pada Pilpres 2019 Di Www.Viva.Co.Id. *JOP*, 7(1). <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/27635/26626>
- Harahap, Agung, M., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2). <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/1273>
- Jamila, R. F., & Putra, G. P. (2016). PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP KONDISI FISIK TAMAN HONDA TEBET. *Jurnal Vitruvian-Jurnal Arsitektur, Bangunan, & Lingkungan*, 6(1). <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/vitruvian/article/view/974/755>
- Kaesang Pangarep. (2023). *KLARIFIKASI. SAYA BUKA SUARA*. Youtube.com. <https://www.youtube.com/watch?v=cosmQ5t4B6c>
- Kaesang_erina. (2021). *kaesangerina (@kaesang_erina) • Foto dan video Instagram*. Instagram. https://www.instagram.com/kaesang_erina/
- Khadafi, M. (2023). *Pro Kontra Pencalonan Kaesang Jadi Wali Kota Depok*. <https://www.metrotvnews.com/>. <https://www.metrotvnews.com/play/kWDCOwe6-pro-kontra-pencalonan-kaesang-jadi-wali-kota-depok>
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Pratiwi, E. (2020). Performa Jurnalisme Online dan Kecenderungan Politainment dalam Berita Pilpres 2019. *Jurnal Studi Journalistik*, 2(2), 25–44. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jsj>
- Rosyidin, I. (2020). SOCIAL MEDIA AND POLITAINMENT (Critical Discourse Analysis of President Joko Widodo's Working Visit to Sukabumi, West Java on 8 April 2018 on Twitter Joko Widodo and Prabowo Subianto Supporters). *Proceedings of the 5th International Conference on Social and Political Sciences, ICSPS*. <https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.12-11-2019.2293549>
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (A. saleh Ahmar (ed.); 1st ed.). Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sari, M., & Asmendri. (2020). *Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian*

Pendidikan IPA. *NATURAL SCIENCE: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA*, 6(1). <https://core.ac.uk/download/pdf/335289208.pdf>

Sofiah, R., Suhartono, & Hidayah, R. (2020). ANALISIS KARAKTERISTIK SAINS TEKNOLOGI MASYARAKAT (STM) SEBAGAI MODEL PEMBELAJARAN: SEBUAH STUDI LITERATUR. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 7(1). <https://journal.uniku.ac.id/index.php/pedagogi/article/download/2611/1846>

Suryawati, I. (2021). Politik Entertainment Selebriti Parlemen Pusat dalam Konstruksi Media Online (Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough). *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(1). <https://ojs.mmtc.ac.id/index.php/jimik/article/view/155/121>

Tawaang, F. (2016). REPRESENTASI AKTOR POLITIK DALAM AGENDA MEDIA (Analisis Agenda Setting Terhadap Headline Surat kabar Ibukota). *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 20(2). <https://media.neliti.com/media/publications/133440-ID-none.pdf>

Wuriyanti, O., & Febriana, P. (2022). Problematika Penggunaan New Media (Whatsapp) di Kalangan Lansia sebagai Media Bertukar Pesan di Era Digital. *Jurnal Komunikasi, Trunojoyo*, 16(2). <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/15770/7344>

Yusuf, A. M. (2017). *Metode penelitian : kuantitatif, kualitatif dan penelitian gabungan* (I. Fahmi & Suwito (eds.); 4th ed.). Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>