



ANALISIS STRATEGI REKRUTMEN CALEG DPRD PARTAI AMANAT NASIONAL DI DKI JARKATA: PENCALONAN ASTRID KUYA

Abdul Ghofur*¹, Ragilia Dwi Pradita², Silvana Putri Priageng³, Rahma Apasha⁴,
Fattiha Syanira Nirmala Amantha⁵, Zenab Farisa⁶, Shella Shofiana⁷,
Charren Galuh Indraswari⁸, Nasikh Bilahi Fahmi⁹

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Jakarta, Indonesia

*Corresponding Author: 2310413025@mahasiswa.upvnj.ac.id

<p>Info Article</p> <p>Received : 02 April 2025</p> <p>Revised : 13 Mei 2025</p> <p>Accepted : 05 Juni 2025</p> <p>Publication : 30 Juni 2025</p>	<p>Abstract. <i>This study aims to thoroughly analyze the strategies employed by the National Mandate Party (Partai Amanat Nasional/PAN) in recruiting legislative candidates for the Regional House of Representatives (DPRD). The research adopts a descriptive qualitative approach, utilizing data collection methods through literature review and analysis of relevant documents. The primary focus is to systematically explore PAN's recruitment strategy through the nomination of public figure Astrid Kuya. The findings reveal that Astrid Kuya's candidacy is part of PAN's popularity-based recruitment strategy, where the electability and public appeal of the candidate serve as key political capital. Her public recognition and media presence significantly enhanced PAN's competitiveness in the election. Evidently, Astrid Kuya's popularity contributed to increasing the party's vote share and visibility, especially among urban voters and younger demographics. Her candidacy illustrates how political parties in Indonesia leverage celebrity figures to attract voter attention, shape public perception, and strengthen their position in the legislative race. Popularity thus becomes a strategic asset in modern electoral politics.</i></p>
<p>Keywords: Astrid Kuya, Political Party, Popularity, Recruitment</p> <p>Kata Kunci : Astrid Kuya, Partai Politik, Popularitas, Rekrutmen</p>	<p>Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi yang digunakan Partai Amanat Nasional (PAN) dalam merekrut calon legislatif tingkat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui studi literatur serta analisis dokumen yang relevan. Fokus utama penelitian ditujukan untuk memahami secara sistematis strategi rekrutmen calon legislatif oleh PAN, khususnya melalui pencalonan figur publik Astrid Kuya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencalonan Astrid Kuya merupakan bagian dari strategi rekrutmen PAN yang berbasis pada popularitas dan elektabilitas calon. Popularitas tokoh yang bersangkutan menjadi salah satu modal politik yang signifikan dan sangat menentukan dalam konteks pemilu. Terbukti, kepopuleran yang dimiliki Astrid Kuya mampu meningkatkan daya saing PAN di tengah kontestasi politik, serta mendorong peningkatan suara partai. Popularitasnya menjadi daya tarik yang kuat dalam memikat hati dan perhatian pemilih, khususnya di kalangan masyarakat perkotaan dan generasi muda.</p>
<p><i>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</i></p> 	

INTRODUCTION

Perkembangan demokrasi di Indonesia ditandai dengan semakin kompleksnya proses pemilihan umum, terutama dalam menentukan calon legislatif (caleg) yang akan mengisi kursi di lembaga perwakilan rakyat. Di tengah dinamika politik yang terus berubah, partai-partai politik diharuskan mengoptimalkan strategi rekrutmen caleg agar dapat menghasilkan calon yang tidak hanya memiliki integritas dan kapasitas politik, tetapi juga mampu membawa aspirasi masyarakat. Dalam konteks ini, Partai Amanat Nasional (PAN) di DKI Jakarta menghadapi tantangan untuk merekrut caleg DPRD yang mampu bersaing dan mengakomodasi keinginan pemilih di ibu kota negara.

Seiring dengan meningkatnya ekspektasi publik terhadap kinerja politisi dan praktik politik yang bersih, strategi rekrutmen caleg menjadi salah satu isu sentral yang perlu dikaji secara mendalam. Proses ini melibatkan berbagai faktor, mulai dari pertimbangan ideologis, pengalaman politik, hingga kemampuan untuk menjalin komunikasi yang efektif dengan masyarakat. Dengan memahami strategi rekrutmen yang diterapkan oleh PAN, akan terlihat bagaimana partai tersebut mengelola pencalonan caleg sebagai respons terhadap tuntutan politik modern yang menuntut transparansi, profesionalisme, dan inovasi dalam setiap tahapan pemilihan umum.

Studi kasus pencalonan Astrid Kuya menjadi relevan karena kandidat ini menyuguhkan gambaran bagaimana strategi rekrutmen caleg dapat diimplementasikan dalam kerangka kerja partai yang memiliki nilai-nilai dan visi tersendiri. Astrid Kuya, yang memiliki latar belakang dan pengalaman yang cukup berbeda dengan caleg lainnya, menjadi contoh konkret tentang bagaimana partai mencoba menciptakan representasi yang lebih beragam dan responsif terhadap dinamika politik di DKI Jakarta. Dengan menganalisis pencalonan Astrid Kuya, makalah ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang kekuatan dan tantangan yang dihadapi oleh PAN dalam mengembangkan calon legislatif yang mampu memenuhi ekspektasi masyarakat serta mendukung pembangunan daerah melalui kinerja legislatif yang optimal.

Dalam kontestasi politik yang semakin kompetitif, partai politik harus mengusung kandidat yang tidak hanya populer, tetapi juga yang memiliki kekuatan legislatif dan daya tarik elektoral yang tinggi. Sebagai salah satu partai reformis yang muncul setelah reformasi, PAN harus tetap relevan saat bersaing dengan partai lain yang memiliki basis massa kuat di DKI Jakarta. Strategi rekrutmen caleg menjadi alat penting

untuk meningkatkan posisi partai, baik dalam jangka pendek sebagai bagian dari konsolidasi kelembagaan partai maupun dalam jangka panjang.

Pencalonan figur seperti Astrid Kuya menunjukkan pergeseran dalam pendekatan rekrutmen partai, di mana partai tidak hanya bergantung pada kader internal yang telah lama berpengalaman, tetapi juga membuka ruang bagi figur luar yang memiliki potensi elektabilitas dan citra positif di masyarakat. Hal ini menunjukkan perubahan dalam tuntutan politik kontemporer, di mana personal branding dan hubungan dengan publik melalui media sosial menjadi pertimbangan strategis dalam menentukan calon legislatif. Fakta ini penting untuk dipelajari karena menunjukkan bahwa praktik politik partai telah berubah dari yang bersifat ideologis dan struktural menjadi lebih pragmatis dan peka terhadap perubahan sosial.

Penelitian ini tidak hanya mencari tahu bagaimana PAN memilih caleg untuk DPRD DKI Jakarta, tetapi juga mempelajari dinamika yang lebih luas tentang bagaimana partai politik menyesuaikan diri dengan era demokrasi elektoral yang ditandai oleh pengaruh media, personalisasi politik, dan perubahan perilaku pemilih. Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur tentang rekrutmen politik di Indonesia dan membantu partai politik mengembangkan strategi kaderisasi dan pencalonan yang lebih inklusif dan efektif di masa mendatang. Hal ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan studi kasus terhadap pencalonan Astrid Kuya.

Konsep utama dalam penelitian ini adalah rekrutmen politik, yang digunakan selaku proses seleksi dan juga seleksi massa untuk dipindahkan ke posisi politik dan misalnya dalam pencalonan sebagai anggota legislatif. Dalam konteks ini, penelitian ini adalah strategi partai Amanat Nasional (PAN) dalam mencalonkan Astrid Kuya (artis sekaligus figur publik) sebagai calon legislatif DPRD DKI Jakarta. Pilihan ini merupakan gambaran dari transformasi strategi rekrutmen yang diwarnai bentuk konvensional melalui kaderisasi internal, menjadi terbuka dengan prinsip dan ditetapkan dengan elektabilitas. Partai Amanat Nasional (PAN) tentu jelas seperti partai-partai lainnya di kota besar, mengambil beberapa poin strategis dalam pemilihan calon legislatif, seperti tingkat populernya calon pada khalayak masyarakat, baik pada personal branding yang telah dibangun dalam ruang publik, tingkat kuat modal sosial sebagai praktisi elektoral dalam menangkap dukungan suara di masing-masing wilayah pemilihan.

Fenomena rekrutmen figur publik atau artis pada partai politik menggambarkan suatu perayaan paradigma dalam politik saat ini, Dahulu partai lebih berorientasikan

pada latar belakang ideologis, loyalitas, dan kaderisasi dan kini banyak partai menggunakan pendekatan pragmatis dengan merekrut tokoh dengan yang sudah populer di kalangan masyarakat. Konvergensi antara bidang hiburan dan politik jadi strategi kampanye yang sukses salah satunya di konteks elektoral urban seperti DKI Jakarta. Artis atau figur publik punya modal simbolik berupa pengenalan publik yang banyak dan luasnya media sosial sehingga bisa merambah populasi yang lebih luas, khusus pemilih muda yang menggunakan media sosial. Dalam skenario Astrid Kuya, citra baik sebagai peran publik terekspos terbuka seperti media sosial menjadi salah satu pilar penting dalam strategi PAN untuk mendukung elektoralnya di Jakarta.

Disamping itu, tidak terpisahkan dengan konteks representasi politik di wilayah kota. DKI Jakarta yang merupakan wilayah kota metropolitan memiliki stakeholders pemilih yang berbeda, yaitu kritis, terdidik dan responsif terhadap isu lokal seperti layanan publik, transportasi, lingkungan hidup dan transparansi pemerintahan. Sehingga persaingan partai politik seperti PAN harus memiliki citra sebagai bentuk representatif yang relevan dengan warga kota. Mencalonkan tokoh-tokoh seperti Astrid Kuya merupakan upaya mencari penyelarasan partai untuk berspekulasi mengenai citra partai dan diukur dengan tuntutan dari calon pemilih urban yaitu menghadirkan seorang calon legislatif yang bukan hanya populer, tetapi juga dipercaya mampu untuk menyuarakan kepentingan publik dan adaptif terhadap dinamika digital. Dengan demikian strategi rekrutmen PAN dalam konteks ini boleh digabung dengan sebuah tanggapan politik terhadap kebutuhan figur yang dapat menjadi penghubung antara citra partai, kebutuhan elektoral, dan aspirasi masyarakat perkotaan yang kompleks.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pendekatan strategis yang digunakan oleh Partai Amanat Nasional (PAN) dalam proses perekrutan calon anggota legislatif DPRD di wilayah DKI Jakarta pada momentum Pemilihan Umum. Fokus utama penelitian diarahkan pada pencalonan Astrid Kuya sebagai studi kasus, guna menelusuri bagaimana PAN menyusun strategi untuk mengusung sosok dengan latar belakang yang tidak konvensional dalam rangka menjawab tantangan representasi politik di wilayah perkotaan. Di samping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap berbagai pertimbangan yang mempengaruhi pengambilan keputusan partai dalam merekrut calon legislatif, serta menilai sejauh mana strategi yang diterapkan mampu membentuk citra partai yang profesional, adaptif, dan selaras dengan aspirasi publik.

Penelitian “Proses Rekrutmen Publik Figur Sebagai Calon Legislatif Pada Pemilu 2019: Studi Kasus Pencalonan Tommy Kurniawan dari Partai Kebangkitan Bangsa” oleh Amirul Zinedine (2022) membahas soal bagaimana perekrutan Tommy Kurniawan sebagai calon legislatif untuk mewakili wajah Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). PKB mengusungkan Tommy Kurniawan yang dikenal sebagai aktor atau public figure merepresentasikan bagaimana popularitas dan elektabilitas publik figur digunakan dalam gelanggang politik, terutama dalam merekrut calon dengan tujuan memenangkan dan mengamankan kursi di parlemen. Inti temuan dari penelitian ini adalah partisipasi public figure pada gelanggang politik berpengaruh pada elektabilitas suatu partai politik. Partai memiliki wewenang untuk merekrut siapa saja yang mereka percayai agar melonjakkan elektabilitasnya, sehingga kemenangan calon legislatif tersebut didominasi oleh orang yang memilihnya karena masyarakat ‘menenal’ orang tersebut, daripada melihat dari kacamata kapabilitas serta kurangnya satu dua hal untuk memenuhi syarat sebagai calon legislatif yang sebagaimana mestinya.

Penelitian “Artis dan Politik Studi Pencalonan Artis-Artis sebagai Calon Legislatif oleh Partai Nasdem Pada Pemilihan Legislatif 2019” oleh Azzam Akbar (2021) menunjukkan bahwa pada Pemilu 2019, Partai Nasdem sebagai partai yang paling banyak mencalonkan caleg artis di pemilihan legislatif 2019, yakni mencalonkan sebanyak 38 calon legislatif dari kalangan artis sebagai bentuk strategi politik yang telah dicanangkan. Tahap rekrutmen yang Partai Nasdem lakukan kepada para caleg di Pemilu legislatif 2019 menggunakan rekrutmen terbuka menyebabkan tahapan kaderisasi internal di Partai Nasdem belum berjalan dengan baik meskipun mereka memiliki modal popularitas. Meski terdapat modal popularitas, saat praktik yang tujuannya memenangkan kursi, dapat dikatakan Partai Nasdem belum berhasil membuat caleg artisnya terpilih. Dalam kontestasi politik, tidak cukup hanya menggenggam modal popularitas saja tanpa diiringi kampanye yang optimal.

Penelitian “Transformasi Artis menjadi Politisi: Fenomena Keterlibatan Artis pada Kontestasi Politik” oleh Diva Syabilla (2025) menjelaskan bahwa di Indonesia, partisipasi artis dalam kontestasi politik telah merayap sejak era pasca-reformasi. Partisipasi artis tentunya memiliki kepentingan dan alasan tertentu, melibatkan kebutuhan strategis daripada hanya mengandalkan dorongan individu, meraup segala akademik dan mendorong berubahnya sosial dan politik. Dibalik itu semua, tentu masih ada tantangan dan risiko yang dihadapi. Seperti misalnya publik yang skeptis dan mempertanyakan bagaimana kapabilitas mereka dalam menyusun hingga

mengimplementasikan kebijakan kepada para artis yang memasuki ranah politik. Dengan demikian, artis yang bertransformasi menjadi politisi tidak hanya mengandalkan tingkat popularitas dan modal sosial, tapi kemampuan mereka akan dituntut agar paham bagaimana kompleksnya roda politik serta tingkat keseriusan mereka sebagai pelayan publik.

Penelitian Adit Prayitno dan dan Ade Tamara Putra (2024) dengan judul “Daya Tarik Selebriti Dalam Politik : Studi Kasus Rekrutmen Caleg Artis Oleh Partai Nasdem Pada Pemilu 2019” menemukan bahwa terdapat pola atau proses rekrutmen caleg terbaru yang melibatkan calon dengan latar belakang seorang selebriti. Partai Nasdem memiliki banyak caleg yang memiliki latar belakang seorang selebriti. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan Partai Nasdem memiliki banyak calon dengan latar belakang seorang selebriti yaitu dengan adanya popularitas pada kandidat calon tentu dapat mempengaruhi peningkatan elektabilitas partai dan faktor lainnya adalah ditemukannya fenomena kemenangan caleg dengan latar belakang seorang selebriti sehingga mendorong Partai Nasdem untuk ikut memiliki calon dengan latar belakang seorang selebriti dengan harapan calon tersebut dapat menjadi penunjang kemenangan Partai Nasdem di Pemilu 2019.

Penelitian Aseng Yulanda, Azmi Fitriasia, dan Ofianto (2023) dengan judul “Fenomena Rekrutmen Artis Sebagai Calon Legislatif Ditinjau dari Perspektif Aksiologi” menemukan bahwa partai politik di Indonesia telah menggunakan strategi pada kontestasi pemilihan umum dengan memanfaatkan adanya calon yang memiliki latar belakang seorang artis. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa strategi rekrutmen calon legislatif dari seorang yang memiliki latar belakang sebagai seorang artis dapat dilihat dari dua sisi yang berbeda. Pada sisi pertama adalah positif yang terjadi karena calon legislatif tersebut memiliki popularitas, dan sisi kedua adalah negatif yang terjadi akibat kurangnya kredibilitas seorang calon legislatif yang memiliki latar belakang seorang artis, hal ini disebabkan karena rekrutmen hanya mementingkan nilai popularitas.

Penelitian Agung Siswanto dan Zainul Ahwan (2024) dengan judul “Politik Hiburan Dalam Pemilu: Perolehan Suara Komeng Pada Pemilu 2024” menemukan bahwa popularitas dari calon yang memiliki latar belakang seorang selebriti dapat mempengaruhi hasil pemilu. Hal ini dapat dilihat sebagaimana Komeng yang merupakan seorang pelawak dapat unggul dalam perolehan suara di Pemilu 2024. Adanya fenomena itu tidak luput dari pengaruh Komeng sebagai calon yang memiliki

popularitas secara lebih unggul. Penelitian ini juga menyatakan bahwa strategi kampanye dengan melibatkan calon yang memiliki latar belakang seorang selebriti memiliki pengaruh yang efektif serta signifikan sebagai penunjang di kontestasi pemilu karena nilai popularitas dapat lebih unggul sebagai daya tarik pemilih di kontestasi pemilu.

Pada dasarnya, seluruh penelitian yang telah dijabarkan memiliki keterkaitan satu sama lain dengan penelitian yang telah dibuat. Namun, terdapat pembeda yang membuat penelitian ini menjadi sebuah pembaharuan. Kami meneliti PAN yang merubah citranya sebagai partai yang menaungi politisi yang merupakan public figure di Indonesia. Hal ini menjadi salah satu strategi PAN dalam memenangkan kontestasi pemilihan. Salah satu public figure yang dicalonkan oleh PAN adalah Astrid Kuya. Ia adalah seorang istri dari pesohor Uya Kuya dan juga merupakan artis di Indonesia.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang dan tujuan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ditujukan untuk menyusuri bagaimana bentuk strategi Partai Amanat Nasional (PAN) serta faktor yang mempengaruhi PAN dalam merekrut calon anggota DPRD pada wilayah DKI JAKARTA melalui pencalonan Astrid Kuya

Untuk menjawab cangkupan rumusan masalah yang menjadi landasan terbentuknya penelitian ini, peneliti menggunakan teori rekrutmen politik (*political recruitment theory*). Ramlan Surbakti menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan rekrutmen politik adalah seleksi pemilihan dan pengangkatan seseorang atau sekelompok orang untuk melaksanakan sejumlah peranan dalam sistem politik pada umumnya dan pemerintahan pada khususnya (Dalimnthe, 2009). Bagi keberlangsungan ekosistem partai, rekrutmen politik menjadi salah satu hal terpenting untuk terus menjaga dan mempertahankan eksistensi dari partai politik ini sendiri. Seiring berkembangnya Waktu, partai politik tidak hanya menasar atau membuka peluang bagi masyarakat biasa yang memiliki Pendidikan politik yang mumpuni di bidangnya. Partai politik juga menasar kepada pekerja seni salah satunya adalah artis. Astrid Kuya merupakan salah satu artis yang juga merupakan istri dari seorang komedian dan juga pesulap Uya Kuya. Astrid Kuya melangkahhkan kakinya untuk masuk kedalam dunia perpolitikan Indonesia dan menjadi salah satu anggota DPRD dengan menjadi salah satu kader Partai Amanat Nasional.

METHOD

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji strategi rekrutmen caleg DPRD yang diterapkan oleh Partai Amanat Nasional (PAN) di DKI Jakarta, dengan studi kasus pada pencalonan Astrid Kuya. Menurut Creswell (2018), pendekatan kualitatif tepat digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif membantu peneliti untuk mendalami proses rekrutmen politik serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pencalonan selebriti sebagai calon legislatif.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai strategi rekrutmen caleg PAN. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus tunggal (single case study) dengan fokus pada pencalonan Astrid Kuya. Pencalonan Astrid Kuya sebagai caleg DPRD dari PAN merupakan kasus yang tepat dalam merepresentasikan fenomena rekrutmen selebriti dalam politik Indonesia, sehingga desain studi kasus single (tunggal) dipandang tepat untuk menganalisis secara komprehensif terkait rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara rinci bagaimana PAN menyusun strategi rekrutmen untuk sosok yang memiliki latar belakang berbeda dari caleg lainnya (Yin, 2018).

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode yaitu observasi dan studi literatur. Observasi yang dilakukan untuk mengamati aktivitas yang berkaitan dengan kampanye dan pencitraan Astrid Kuya sebagai caleg PAN. Sugiyono (2020) menekankan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek lain yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, observasi akan dilakukan terhadap kegiatan kampanye, interaksi Astrid Kuya dengan konstituen, serta representasi dirinya sebagai caleg PAN dalam berbagai forum dan media. Studi Literatur yang dilakukan dengan mengumpulkan dan mengkaji atau menganalisis dokumen-dokumen terkait rekrutmen caleg PAN, termasuk peraturan partai, hasil seleksi caleg, profil dan track record Astrid Kuya, pemberitaan media, dan hasil penelitian sebelumnya tentang rekrutmen politik.

Menurut Yin (2018), dokumentasi merupakan sumber data yang stabil, kaya informasi, dan dapat dijadikan bukti untuk pengujian. Analisis dokumentasi diperlukan untuk memahami konteks yang lebih luas dari fenomena rekrutmen selebriti sebagai caleg, sebagaimana yang telah dikaji oleh Yulanda, Fitriasia, dan Ofianto (2023) serta Siswanto dan Ahwan (2024).

RESULTS AND DISCUSSION

PAN dan Dinamika Rekrutmen Politik Berbasis Popularitas

Mengutip dari website Tempo dari Britannica Dictionary, popularitas dimaknai sebagai sebuah keadaan dimana seseorang diakui, diterima, dan disukai oleh banyak orang. Dalam konteks politik, popularitas bisa menjadi alat untuk rekrutmen politik karena adanya orang yang populer dan bisa mempengaruhi dinamika suatu pihak seperti public figure, aktor politik, selebriti, dsb. Dalam beberapa tahun terakhir, pencalonan public figure dalam pesta demokrasi bukanlah suatu hal yang baru lagi. Kini partai politik tidak hanya memanfaatkan kandidat yang hanya memiliki pengalaman dalam bidang politik dan memiliki pendidikan politik yang baik. Namun mereka mulai mengajak serta sosok yang telah memiliki basis massa yang besar lewat kepopuleran mereka di ranah public. Hal ini juga didorong oleh kemunculan media sosial yang membuat kampanye terlihat semakin mudah dan dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat. Salah satu partai yang memanfaatkan tren pencalonan public figure adalah PAN atau Partai Amanat Nasional. PAN dikenal sebagai salah satu partai yang didominasi oleh kalangan public figure mulai dari pemain film hingga comedian sekalipun. Hal ini disebabkan oleh dominasi calon artis legislatif yang mendapatkan perhatian lebih dari partai, dengan tujuan untuk mendapatkan popularitas dan meningkatkan suara partai (AR, 2023). Penggunaan public figure ini adalah salah satu teknik logika marketing yang dilakukan oleh PAN.

Di lansir dalam Tempo.com, pada tahun 2024 PAN memiliki 11 kandidat public figure yang akan dicalonkan sebagai anggota DPR RI. Nama-nama itu terdiri dari Ayu Azhari, Eko Patrio, Lula Kamal, Puput Novel, Uya Kuya, Sigit Purnomo atau yang lebih dikenal dengan Pasha Ungu, Desy Ratnasari, Primus Yustisio, Nurul Qomar, Kristina Iswandari dan Virnie Ismail. Nama-nama ini mungkin tak asing ditelinga kita manakala mereka semua adalah orang-orang yang kerap menghiasi dunia pertelevisian Indonesia. Dengan jumlah tersebut, tidak mengherankan bahwa PAN dapat dijuluki sebagai "Partai Artis Nasional".

Pencalonan Astrid Kuya Sebagai Oleh PAN: Popularitas sebagai Modal Politik

Pencalonan Partai Amanat Nasional (PAN) Astrid Kuya sebagai calon legislatif (caleg) DPRD DKI Jakarta pada Pemilu 2024 menunjukkan strategi politik yang memanfaatkan popularitas figur publik sebagai modal utama. Sebagai istri dari artis dan penyiar terkenal Uya Kuya, Astrid memiliki banyak penggemar terutama di kalangan penggemar media sosial dan pemilih muda. PAN melihat peluang ini sebagai kesempatan untuk meningkatkan elektabilitas partai di daerah perkotaan yang bersaing seperti DKI Jakarta. Strategi PAN untuk memilih caleg selebriti bukanlah hal baru. Sebelumnya PAN telah mengusung artis seperti Eko Patrio dan Desy Ratnasari yang terbukti memiliki kemampuan untuk menarik perhatian publik dan mendapatkan banyak suara (Ritonga & Harahap, 2023). Langkah ini menunjukkan bahwa PAN menggunakan pendekatan pragmatis dalam rekrutmen politik dengan mempertimbangkan popularitas sebagai aset strategis (Wiwid, 2024).

Bagaimanapun PAN tidak bergantung pada popularitas. Partai ini masih menggunakan proses seleksi yang mempertimbangkan integritas, moralitas, dan kesesuaian dengan visi dan misi partai. Caleg selebriti seperti Astrid Kuya diharapkan mampu menjalankan fungsi legislatif dan menjadi ikon kampanye. PAN juga memberikan pembekalan politik kepada caleg non-kader untuk membantu mereka memahami tanggung jawab mereka sebagai perwakilan rakyat. Strategi ini efektif seperti yang ditunjukkan oleh keberhasilan Astrid Kuya dalam memperoleh kursi di DPRD DKI Jakarta. Astrid dapat berkomunikasi dengan konstituen secara efektif, menyampaikan visi-misi, dan menangani masalah dengan memanfaatkan media sosial dan jaringan penggemar (Alvin, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa popularitas dapat menjadi alat politik yang kuat dalam kontestasi elektoral jika digunakan dengan benar.

Tetapi strategi ini juga dikritik. Beberapa orang berpendapat bahwa mengangkat selebriti sebagai anggota legislatif dapat mengaburkan perhatian dari kualitas dan kemampuan legislatif. Ada kekhawatiran bahwa keahlian dalam pengawasan, legislasi, dan representasi tidak selalu sepadan dengan popularitas. Oleh karena itu, sangat penting bagi PAN untuk memastikan bahwa caleg dari kalangan selebriti benar-benar siap dan memiliki kemampuan untuk menjalankan tugas legislatif dengan profesionalisme. Dalam konteks yang lebih luas, pencalonan Astrid Kuya menunjukkan pola politik Indonesia yang semakin menekankan mediatisasi dan personalisasi (Sutarjo, 2025). Sangat penting bagi partai politik untuk menyesuaikan diri dengan perilaku pemilih yang semakin terhubung secara digital dan lebih responsif terhadap figur publik yang mereka kenal.

Strategi PAN ini menunjukkan upaya partai untuk tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan politik yang dinamis.

PAN mencalonkan Astrid Kuya sebagai bagian dari strategi politik yang memanfaatkan popularitas sebagai modal utama, tetapi tetap mempertimbangkan integritas dan kemampuan. Keberhasilan strategi ini bergantung pada kemampuan partai dan caleg untuk mengubah popularitas tersebut menjadi kekuatan politik yang signifikan dan bertahan lama.

Peran Branding dan Media Sosial dalam Kampanye Astrid Kuya

Strategi branding dan pemanfaatan media sosial menjadi elemen penting dalam proses pencalonan Astrid Kuya sebagai calon anggota DPRD DKI Jakarta dari Partai Amanat Nasional (PAN). Dengan latar belakang sebagai figur publik yang populer di dunia hiburan, Astrid mengandalkan kekuatan citra pribadi sebagai aset politik utama. Pendekatan ini dibangun melalui penyajian citra yang konsisten serta penguatan pesan positif di berbagai platform digital.

Citra Astrid sebagai pribadi yang religius, peduli terhadap keluarga, dan aktif dalam kegiatan sosial disampaikan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Upaya ini diarahkan untuk menciptakan hubungan emosional dengan pemilih, khususnya kaum ibu dan anak muda yang merupakan pengguna aktif media sosial. Sebagaimana dinyatakan oleh Khamdan (2021), personal branding yang efektif dapat membangun kepercayaan publik dan memperluas basis dukungan elektoral jika didukung strategi komunikasi digital yang tepat.

Selain itu, media sosial dimanfaatkan Astrid Kuya sebagai saluran utama untuk menyampaikan visi, berinteraksi langsung dengan publik, dan membagikan aktivitas harian yang memperkuat kesan kedekatan dengan masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dari kampanye konvensional menuju pendekatan digital, yang menurut Nugroho (2020), menjadikan media sosial sebagai ruang pembentukan opini dan penggalangan dukungan politik.

Strategi kampanye Astrid juga menunjukkan pendekatan yang disesuaikan dengan segmen audiens tertentu berdasarkan data demografis dan psikografis. Hal ini mencerminkan model komunikasi politik yang tertarget, sebagaimana dikemukakan Rahmawati (2022), di mana efektivitas kampanye sangat bergantung pada kemampuan menyesuaikan pesan dengan karakteristik khalayak. Secara keseluruhan, keberhasilan penggunaan branding dan media sosial dalam kampanye Astrid Kuya tidak hanya

menguatkan posisinya sebagai kandidat, tetapi juga mencerminkan kesiapan PAN dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan kampanye politik berbasis teknologi dan personalisasi kandidat.

Dampak Efektivitas Pencalonan Astrid Kuya Oleh PAN

Pencalonan Astrid Kuya oleh Partai Amanat Nasional (PAN) untuk DPRD DKI Jakarta menunjukkan efektivitas strategi rekrutmen figur publik dalam konteks politik urban. Astrid, seorang publik figur dengan latar belakang di dunia hiburan, berhasil menarik perhatian pemilih di Daerah Pemilihan (Dapil) 7 yang meliputi Kecamatan Setiabudi, Kebayoran Baru, Cilandak, Kebayoran Lama, dan Pesanggrahan. Dalam Pemilu 2024, ia memperoleh 13.409 suara dan resmi dilantik sebagai anggota DPRD DKI Jakarta periode 2024 - 2029 pada 26 Agustus 2024.

Keberhasilan Astrid tidak hanya terletak pada popularitasnya, tetapi juga pada kemampuannya mengartikulasikan isu-isu yang relevan dengan kebutuhan masyarakat perkotaan. Sebagai anggota Fraksi PAN, ia aktif mengawal program pendidikan, termasuk memperjuangkan sekolah swasta gratis di Jakarta. Selain itu, Astrid juga menunjukkan kepedulian terhadap dampak lingkungan dari proyek pembangunan jalur MRT Jakarta, dengan memberikan peringatan kepada PT MRT Jakarta agar memperhatikan aspek lingkungan dalam pembangunan jalur Fase 2A dan 2B.

Strategi PAN dalam merekrut Astrid mencerminkan adaptasi partai terhadap perubahan perilaku pemilih di wilayah perkotaan. Dengan mengusung figur yang memiliki daya tarik di media sosial dan dikenal luas oleh masyarakat, PAN berhasil meningkatkan visibilitas dan elektabilitasnya di DKI Jakarta. Langkah ini juga menunjukkan bahwa partai politik dapat memperluas basis dukungannya dengan menggabungkan kader internal dan tokoh eksternal yang memiliki komitmen terhadap pelayanan publik.

Namun, efektivitas pencalonan figur publik seperti Astrid juga menimbulkan tantangan, terutama dalam memastikan bahwa popularitas di dunia hiburan dapat diterjemahkan menjadi kapabilitas legislatif yang mumpuni. Kritik terhadap usulan nilai rapor sebagai syarat Kartu Jakarta Pintar (KJP) Plus menunjukkan bahwa Astrid tidak hanya mengandalkan popularitas, tetapi juga aktif dalam menyuarakan kepentingan rakyat dan memperjuangkan kebijakan yang inklusif.

CONCLUSION

Pencalonan Astrid Kuya pada pemilu merupakan strategi PAN dalam menggunakan nilai popularitas Astrid Kuya untuk mendongkrak elektabilitas PAN di pemilu. Dalam strateginya, PAN tidak hanya merekrut kandidat partainya yang hanya memiliki latar belakang politik yang kuat, namun PAN juga merekrut kandidat yang memiliki popularitas pada dirinya. PAN melihat bahwa popularitas merupakan modal politik yang kuat bagi partai politiknya, sehingga PAN mendorong adanya keterbukaan untuk rekrutmen kandidatnya yang memiliki latar belakang sebagai seorang artis maupun individu yang berkecimpung di dunia entertainment. Astrid Kuya adalah bukti keberhasilan PAN dalam memanfaatkan nilai popularitas pada pemilu. Popularitas dapat lebih berpeluang dalam melobi pemilih karena jaringannya yang lebih terbuka baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap pemilih di Indonesia. Oleh karena itu, strategi ini merupakan strategi yang efektif yang telah diterapkan oleh PAN karena telah memberikan dampak yang signifikan bagi PAN. Strategi ini memperlihatkan bahwa partai politik tidak hanya mempertimbangkan faktor ideologis dan kapasitas personal, tetapi juga elektabilitas dan popularitas calon yang akan diusung. PAN memanfaatkan momen politik dengan mengusung figur yang mampu mengakses segmentasi pemilih muda dan masyarakat perkotaan yang dinamis.

REFERENCES

- Alvin, S. (2022). KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL: DARI BIG DATA, INFLUENCER RELATIONS & KEKUATAN SELEBRITI, HINGGA POLITIK TAWA. Deepublish.
- Akbar, A. (2021). ARTIS DAN POLITIK STUDI PENCALONAN ARTIS-ARTIS SEBAGAI CALON LEGISLATIF OLEH PARTAI NASDEM PADA PEMILIHAN LEGISLATIF 2019 (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). RESEARCH DESIGN: QUALITATIVE, QUANTITATIVE, AND MIXED METHODS APPROACHES. SAGE Publications.
- Khamdan, A. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING DALAM POLITIK: STUDI PADA CALON LEGISLATIF MUDA. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). QUALITATIVE DATA ANALYSIS: A METHODS SOURCEBOOK. SAGE Publications.

- Nugroho, R. (2020). MEDIA SOSIAL DAN POLITIK ELEKTORAL: TRANSFORMASI KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL. Jakarta: Kompas.
- Prayitno, A., & Putra, A. T. (2024). DAYA TARIK SELEBRITI DALAM POLITIK: STUDI KASUS REKRUTMEN CALEG ARTIS OLEH PARTAI NASDEM PADA PEMILU 2019. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 13(3), 476-489. <https://doi.org/10.33366/jisip.v13i3.3111>
- Rahmawati, L. (2022). KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL: STRATEGI DAN PRAKTIK. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ritonga, M., & Harahap, R. (2023). KETERLIBATAN SELEBRITI PASCA PARLIAMENTARY THRESHOLD DALAM KONTESTASI POLITIK ELEKTORAL DI INDONESIA. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 8(3), 238-245.
- Siswanto, A., & Ahwan, Z. (2024). POLITIK HIBURAN DALAM PEMILU: PEROLEHAN SUARA KOMENG PADA PEMILU 2024. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 9(1), 48-78. <https://doi.org/10.31538/altsiq.v9i1.5343>
- Syaifulloh, Muhammad. (2022, September 9). POPULARITAS, APA DAMPAK BAIK DAN BURUKNYA?. *Tempo*. <https://www.tempo.co/gaya-hidup/popularitas-apa-dampak-baik-dan-buruknya--293126>
- SUTARJO, B. M. (2025). POLITICAL BRANDING MELALUI ARTIS DALAM UPAYA STRATEGI KAMPANYE PARTAI POLITIK UNTUK GENERASI Z (STUDI KASUS MEDIA SOSIAL PARTAI AMANAT NASIONAL) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Wiwid. (2024). STRATEGI KAMPANYE PARTAI AMANAT NASIONAL PADA PEMILU LEGISLATIF 2024: PENDEKATAN TEORI MARKETING-MIX. *Jurnal Politik Profetik*, 12(1), 37–63. <https://doi.org/10.24252/profetik.v12i1a3>
- Yin, R. K. (2018). CASE STUDY RESEARCH AND APPLICATIONS: DESIGN AND METHODS. SAGE Publications.
- Yulanda, A., Fitriasia, A., & Ofianto, O. (2023). FENOMENA REKRUTMEN ARTIS SEBAGAI CALON LEGISLATIF DITINJAU DARI PERSPEKTIF AKSIOLOGI. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 7(1), 141-154. <https://doi.org/10.22437/titian.v7i1.25809>

Zinedine, A. (2022). PROSES REKRUTMEN PUBLIK FIGUR SEBAGAI CALON LEGISLATIF PADA PEMILU TAHUN 2019 (Studi Kasus Pencalonan Tommy Kurniawan Dari Partai Kebangkitan Bangsa) (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).