

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Pada Pemilu 2024, perhatian terhadap Dewan Perwakilan Daerah (DPD) meningkat setelah komedian Alfiansyah Bustami, atau yang akrab disapa Komeng, berhasil meraih 5,3 juta suara di Jawa Barat dan menjadi rekor tertinggi nasional untuk DPD. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *marketing* politik yang efektif dapat membangun *personal branding* secara kuat dan menarik perhatian bagi pemilih. Selain itu, perilaku pemilih juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi preferensi dan keputusan politik individu. Sebagaimana perilaku pemilih pada Pemilihan DPD Jawa Barat tahun 2024 yang dapat dianalisis menggunakan pendekatan psikologi politik, khususnya konsep *Fast and Frugal Heuristics (F&F)* dari Gigerenzer. Konsep *F&F* ini dianggap relevan untuk menjelaskan dan menganalisis keputusan para pemilih pada Pemilihan DPD di Jawa Barat 2024. Di mana sebagian besar pemilih mengalami kebingungan dalam memilih 54 calon anggota DPD Jawa Barat, terutama karena keterbatasan informasi dan banyaknya pilihan yang tidak dikenali. Akibatnya, dalam situasi tersebut, para pemilih cenderung mengandalkan nama atau penampilan yang familiar untuk membuat keputusan cepat di tempat pemungutan suara.

Berdasarkan hal tersebut, kemenangan Komeng mencerminkan dinamika baru dalam sistem demokrasi Indonesia yang semakin dipengaruhi oleh faktor popularitas dan peran media sosial dalam membentuk opini publik. Di satu sisi, fenomena ini memperkaya representasi politik dengan menghadirkan kandidat dari berbagai latar belakang, termasuk kalangan non-politisi seperti seniman atau tokoh publik. Namun di sisi lain, ini juga memperkuat kecenderungan politik berbasis popularitas semata yang berpotensi menggeser fokus pemilih dari kapabilitas, rekam jejak dan integritas kandidat menuju sekadar ketenaran. Jika tidak diimbangi dengan literasi politik yang memadai, hal ini dapat melemahkan kualitas demokrasi itu sendiri. Oleh karena itu, penting bagi seorang pemilih untuk bersikap kritis dan selektif dalam memilih dan menilai kandidat, tidak hanya berdasarkan ketenaran

semata. Dengan demikian, proses pemilu dapat benar-benar menghasilkan pemimpin yang berkompeten dan berkontribusi positif bagi masa depan bangsa dan negara.

Implikasi dari fenomena ini menunjukkan bahwa, pertama, strategi kampanye calon anggota DPD kedepannya perlu lebih adaptif terhadap dinamika perilaku pemilih yang semakin dipengaruhi oleh citra, popularitas, dan eksposur di media digital, tanpa mengabaikan pentingnya kapabilitas dan rekam jejak nyata sebagai upaya strategis dalam membangun kedekatan emosional dengan pemilih. Oleh karena itu, bagi kandidat yang memiliki kompetensi tinggi, tetapi minim popularitas strategi kampanye yang lebih kreatif, komunikatif dan relevan sangat dibutuhkan guna menggaet perhatian pemilih. Dengan pendekatan yang seimbang antara citra dan kompetensi, kandidat yang awalnya kurang dikenal tetap memiliki peluang untuk bersaing dan meraih dukungan luas di tengah derasnya arus politik berbasis citra saat ini. Kedua, meskipun terpilihnya Komeng membawa perhatian besar terhadap DPD, lembaga yang sebelumnya kurang diperhatikan masyarakat dan kerap dipandang lemah secara politik. Namun, peningkatan visibilitas akibat popularitas figur publik belum secara otomatis mengubah persepsi kelembagaan secara menyeluruh. Selama kewenangan DPD masih terbatas dan kontribusinya belum terlihat secara nyata di ruang publik, posisi dan citranya belum dapat disetarakan dengan DPR. Oleh karena itu, transformasi citra DPD membutuhkan lebih dari sekadar keterpilihan tokoh populer, tetapi harus disertai penguatan fungsi kelembagaan, peningkatan kinerja yang nyata, dan keterlibatan langsung dengan publik.