

Penglibatan Selebriti dalam Politik Malaysia dari 2000-2017

Celebrity Involvement in Malaysian Politics from 2000-2017

Amir Zafran bin Ahmad Asri
Muhamad Takiyuddin bin Ismail

Program Sains Politik
Fakulti Sains Sosial Dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia

taki@ukm.edu.my

ABSTRAK

Penglibatan golongan selebriti dalam politik merupakan trend biasa yang berlaku di negara-negara seperti Amerika Syarikat dan Indonesia. Di Malaysia, fenomena serupa masih dianggap sebagai baru. Justeru, sejauhmana penglibatan golongan selebriti dalam politik mampu memberi impak dalam politik Malaysia? Bagi menganalisis permasalahan tersebut, dua kerangka teoritikal digunakan dalam artikel ini iaitu partisipasi politik dan modal selebriti (celebrity capital). Objektif pertama kajian ini adalah menelusuri sejarah penglibatan golongan selebriti dalam politik Malaysia. Objektif kedua pula adalah menghurai bentuk penglibatan golongan selebriti dalam politik Malaysia. Manakala objektif ketiga pula adalah menganalisis pengaruh yang dikenakan oleh golongan selebriti dalam politik Malaysia. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif yang meliputi kajian kepustakaan. Kertas kerja ini berhujah bahawa golongan selebriti mempunyai pengaruh yang minima dan penglibatan mereka tidaklah memberikan kesan yang begitu besar kepada pembuatan keputusan dalam parti politik. Secara asasnya, golongan selebriti dilihat kurang berminat untuk menyertai politik secara aktif melainkan hanya sebilangan kecil. Walaupun parti seperti UMNO didapati mula membuka ruang kepada golongan selebriti untuk berpolitik, hanya parti pembangkang dilihat lebih serius dalam mengetengahkan golongan selebriti sebagai calon pilihan raya. Sungguhpun impak yang dikenakan oleh golongan ini adalah kecil, peningkatan penglibatan mereka dalam politik dilihat sebagai satu trend yang positif kerana dimensi kepelbagaian yang diketengahkan.

Kata kunci: Selebriti dalam politik, partisipasi politik, modal selebriti, parti politik

ABSTRACT

The involvement of celebrities in politics is a common trend in countries like the United States and Indonesia. However, similar phenomenon is still considered new in Malaysia. This article adopts two approaches i.e. political participation and celebrity capital. It will first traces the history of celebrity participation in Malaysian politics. Secondly, the article tries to describe the type of celebrity participation in Malaysian politics and further explicates on the matter of its influence. The article argues that in actuality, celebrities only have minimal influence on Malaysian politics while their involvement also do not affect any decision-making process within political parties. Celebrities are less interested in actively participating in politics except for a small number of individuals. While UMNO seems to be have a considerable number of celebrities, it does not have a strong intent to highlight them as a candidate as compared to opposition parties. While their impact is still minimal,

increasing celebrity involvement in politics is observed as a positive trend due to its diverse dimension.

Keywords: *Celebrity in politics, political participation, celebrity capital, political party*

1. Pengenalan

Politik merupakan sebuah bidang yang luas serta memiliki cabang ilmu yang pelbagai. Ianya juga amat berkait rapat dengan manusia kerana politik menuntut penglibatan dan peranan individu serta organisasi atau kelompok tertentu untuk menjayakannya. Politik juga berbeza mengikut keperluan masyarakat di sesuatu tempat. Penglibatan individu dalam bidang politik biasanya dikaitkan dengan mereka yang memiliki latar belakang profesional atau bangsawan namun keluasan ruang politik juga mempengaruhi peluang golongan lain untuk turut bersama menjayakan sistem politik tersebut. Maka dalam konteks Malaysia, keterlibatan politik turut melangkaui batas profesional atau bangsawan semata-mata. Hal ini dapat dilihat apabila sejak akhir-akhir ini fenomena penglibatan politik daripada kalangan selebriti juga menunjukkan peningkatan.

Era pasca kemerdekaan telah menyaksikan golongan selebriti bertindak sebagai penghibur masyarakat dan mereka begitu dikenali melalui bakat mereka. Penglibatan selebriti dalam politik tidak begitu menyerlah bahkan hampir tiada rekod yang menunjukkan bahawa mereka terlibat secara langsung dalam politik. Secara amnya, penglibatan selebriti hampir tiada cuma peranan selebriti seperti Allahyarham P. Ramlee hanyalah terbatas melalui kritikan secara halus yang boleh didapati daripada filem dan karya beliau. Namun, ianya amat terbatas bahkan tidak dapat difahami dengan mudah (*Roketkini* 30 Mac 2014). Kritikan yang disampaikan terhadap rejim juga tidaklah menyeluruh tetapi sekadar menyentuh soal-soal tertentu yang boleh dianggap sebagai kritikan terhadap keadaan sosial pada waktu itu. Berbeza dengan era 90-an, golongan selebriti dilihat tidak selari dengan pihak kerajaan terutamanya dalam soal berfesyen dan berkarya. Penglibatan selebriti mula kelihatan pada awal 2000-an. Bahkan pelantikan Allahyarham Jins Shamsuddin sebagai senator pada 2004 juga merupakan satu pengiktirafan kepada anak seni (Utusan Online 2 Mac 2017). Bertitik tolak daripada terbukanya ruang untuk selebriti terlibat aktif melalui gerakan Puteri UMNO lantas menjadi batu asas kepada penglibatan selebriti dalam politik negara. Pola peningkatan penglibatan selebriti juga dapat dilihat dalam PRU ke-12 dan 13 serta tempoh pasca PRU ke-13. Meskipun begitu, pencalonan dua selebriti daripada pihak pembangkang turut menyaksikan peningkatan partisipasi politik dalam kalangan selebriti sehingga tahun 2017. Berdasarkan tempoh yang dinyatakan, ianya dapat menghurai penglibatan selebriti dalam politik Malaysia secara lebih mendalam. Oleh itu, terdapat tiga objektif yang dikemukakan dalam kajian ini iaitu menelusuri sejarah penglibatan golongan selebriti ke dalam politik Malaysia, menghurai bentuk penglibatan golongan selebriti dalam politik Malaysia dan menganalisis pengaruh yang dikenakan oleh golongan selebriti dalam politik Malaysia.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Kerangka Konseptual

Dalam kajian ini, terdapat beberapa konsep yang akan digunakan. Konsep-konsep yang digunakan adalah untuk menjadi asas kepada tujuan penyelidikan. Pemilihan konsep-konsep yang bersesuaian akan menambahkan lagi kejelasan terhadap hujah dalam penyelidikan ini.

Partisipasi politik

Sistem politik di mana-mana negara merupakan sebuah sistem yang intipatinya boleh dihuraikan sebagai sebuah sistem yang menuntut kepada tindakan. Teori umum seperti yang dihuraikan oleh Parson dan Shils (1951) menyatakan bahawa sifat dan perilaku makhluk yang hidup adalah mencapai suatu matlamat akhir dengan maksud menggunakan tenaga dan dikawal secara normatif (Peters 2017).

Menurut Zimenkova, beliau mengambilkira partisipasi sebagai “*a frontier on which the wills of individuals and the wills of governmental institutions directly confront one another*” iaitu merujuk kepada pertembungan di antara keinginan individu iaitu rakyat dan kerajaan yang dizahirkan melalui bentuk parti politik bahkan ianya juga menuntut sebuah kepatuhan atau pemberontakan dalam partisipasi politik (Zimenkova 2013: 36). Konsep partisipasi politik juga meliputi 4 elemen iaitu tindakan berpaksikan kepada pencapaian matlamat akhir, tindakan berlaku dalam keadaan tertentu, ianya dikawal secara normatif atau distruktur serta ianya meliputi bentuk tenaga, usaha dan motivasi. Konsep utama yang dihuraikan oleh Parsons dan Shills (1951) membenarkan tindakan untuk menjadi politik seandainya elemen tindakan pertama iaitu berpaksikan kepada pencapaian matlamat akhir dikaitkan dengan politik. Menurut Milbrath dan Goel (1977), mereka berhujah bahawa partisipasi politik boleh dilihat dalam dua peranan berbeza yang berkait di antara keduanya. Kerajaan dan rakyat memiliki set struktur dan peranan tersendiri yang perlu dimainkan. Maka di antara kedua peranan tersebut adanya perhubungan tertentu iaitu set struktur ketiga yang diwujudkan untuk menguruskan usaha individu bagi mencapai kepatuhan tertentu dan membina sebuah pengaruh terhadap kerajaan. Selain itu, peranan set ketiga distrukturkan untuk mengaitkan rakyat dengan kerajaan (Peters 2017).

Ramlan Surbakti (1992) menghuraikan partisipasi sebagai kegiatan yang boleh dibahagikan kepada aktif dan pasif. Partisipasi aktif bermaksud kegiatan mengajukan usul tentang suatu dasar umum serta alternatif yang berlainan daripada dasar yang dirangka oleh pihak pemerintah. Di samping itu, ianya boleh dilakukan melalui kritikan dan penambahbaikan. Partisipasi pasif pula bermaksud kegiatan seperti mentaati, melaksanakan dan menerima sahaja arahan pihak kerajaan. Dalam erti kata yang lain, partisipasi aktif merupakan kegiatan yang berpaksikan kepada proses input dan output politik. Partisipasi secara pasif pula merujuk kepada kegiatan yang berpaksikan kepada proses output (Ramlan 1992: 142). Selain itu, Milbrath dan Goel (1977) pula membezakan partisipasi kepada beberapa kategori. Pertama, *apathy* yang bermaksud individu yang tidak berpartisipasi dan menarik diri daripada proses politik. Kedua, *spectator* iaitu individu yang tidak pernah mengundi dalam pilihan raya. Ketiga, *gladiator* iaitu mereka yang terlibat dalam politik secara aktif seperti jurucakap, aktivis parti, pekerja kempen dan aktivis masyarakat. Keempat, pengkritik iaitu dalam bentuk partisipasi tidak konvensional. Namun begitu, Olsen berbeza pendapat dengan membahagikan partisipasi politik kepada enam lapisan iaitu pemimpin politik, aktivis politik, jurucakap iaitu individu yang menyampaikan idea dan informasi politik kepada umum, warganegara, marginal iaitu individu yang terlibat secara minimum dengan sistem politik dan individu yang terasing atau isolated atau dalam erti kata yang lain jarang terlibat dengan politik (Ramlan 1992: 143).

Menurut Rush dan Althoff (1971), peringkat paling tinggi di dalam hierarki menyaksikan mereka yang memegang berbagai jawatan dalam sistem politik sama ada jawatan dalam parti mahupun dalam kerajaan (Rush & Althoff 1971: 76). Peringkat kedua merupakan peringkat yang meletakkan golongan yang ingin mendapatkan kekuasaan di dalam politik. Peringkat ketiga pula adalah ahli aktif dalam persatuan berorientasikan politik mahupun separa politik. Hal ini juga meliputi ahli yang aktif di dalam parti politik mahupun di dalam kumpulan berkepentingan mahupun kumpulan pendesak (Rush & Althoff 1971: 77). Peringkat lainnya adalah golongan yang menyertai parti politik sebagai

ahli namun keahlian mereka bersifat pasif. Perbezaan di antara keahlian aktif dan pasif melibatkan hal-hal seperti memegang jawatan mahupun membayar yuran keahlian (Rush & Althoff 1971: 78). Selain itu, peringkat yang lebih bawah merupakan golongan yang tiada keahlian dalam mana-mana parti. Peringkat partisipasi politik yang lain meliputi keinginan atau minat untuk membicarakan berkaitan hal politik. Bagi sesetengah orang, mereka mungkin tidak bercakap mengenai politik dengan sesiapa namun secara peribadinya, mereka menunjukkan minat dalam soal politik dengan sentiasa mengikuti perkembangan melalui media massa bagi mendapat maklumat yang mereka perlukan tetapi ianya dihadkan setakat pengetahuan mereka sahaja dan juga relevan ketika menjalankan tanggungjawab sebagai pengundi (Rush & Althoff 1971: 79).

Modal selebriti (celebrity capital)

Selebriti secara dasarnya dikaitkan dengan aspek popular yang mana individu-individu bergelar selebriti menjadi terkenal melalui bakat, kebolehan dan kelebihan semula jadi. Maka ketiga-tiga aspek tersebut kemudiannya dieksploitasi bagi memberikan keuntungan kepada diri selebriti tersebut. Seperti yang dihuraikan oleh Gunter (2014), selebriti memiliki taraf tertentu malah memiliki *capital* atau kebolehpasaran diri yang tersendiri (Gunter 2014: 1). Selebriti juga dikaitkan dengan pekerjaan tertentu yang akan meletakkan mereka pada kedudukan utama dan mendapat liputan yang meluas pada mata umum.

Menurut Driessens (2013), konsep ini bukanlah konsep yang baru dibincangkan. Beliau mengenengahkan beberapa tokoh yang menghuraikan konsep ini seperti van Krieken (2012) yang mendefinisikan selebriti sebagai “kewujudan modal (*capital*) yang lebih abstrak iaitu dalam bentuk perhatian” malah van Krieken juga berpendapat bahawa ianya adalah suatu hal yang mengumpul dan mengagihkan perhatian manusia (Driessens 2013: 9). Seterusnya, Hunter (2009) berpendapat bahawa modal selebriti adalah “kesedaran umum, kegemaran, personaliti, reputasi dan pengetahuan masyarakat umum tentang masa lampau selebriti. Modal selebriti dilihat sebagai sejenis *capital reputation* yang boleh diguna sebagai aset strategik bagi meningkatkan kebolehpercayaan, kredibiliti, amanah, tanggungjawab dan akauntabiliti. Dalam hal ini, selebriti boleh dibayar sebagai penyokong atau *endorser* bagi produk, jenama dan sebagai usahawan dengan terlibat sebagai sebahagian daripada pemilikan produk, pemula atau *initiator* dan pengurus (Hunter 2009: 4-5).

Modal selebriti juga boleh diambil kira sebagai suatu aset yang strategik. Pengaruh selebriti sinonim dalam sektor pemasaran yakni penjualan dan pengeluaran produk. Ianya penting dalam mewujudkan reputasi baik terhadap produk yang dikeluarkan. Hal ini demikian kerana modal selebriti diikat secara unik kepada diri selebriti dan ianya akan membentuk asas kepada daya saing yang lebih kompetitif. Tambahan pula, selebriti memiliki potensi yang tinggi kerana mudah dikenali malah membawa nilai yang baik serta mempunyai ikatan emosi tersendiri dengan masyarakat umum (Hunter 2009: 5-6). Hal ini boleh dikaitkan dengan penglibatan golongan selebriti dalam politik. Ianya memberikan isyarat yang penting bahawa populariti seseorang selebriti dapat digunakan bagi meraih sokongan terhadap parti-parti politik terutamanya melalui proses *endorsement*. Nilai selebriti diwujudkan dengan mengenengahkan selebriti pada kedudukan utama dan dalam konteks ini menggunakan media massa bagi menyampaikan mesej dengan lebih jelas kepada masyarakat umum (Gunter 2014: 5). Maka jelaslah di sini bahawa modal selebriti membentuk sebuah komoditi yang boleh mendatangkan keuntungan.

2.2 Sorotan Kajian

Sorotan kajian ini melibatkan penglibatan golongan selebriti dalam politik di negara luar. Kajian ini mengenengahkan negara Amerika Syarikat dan Indonesia sebagai sorotan kajian lepas. Sebagai sintesis terhadap sorotan kajian lepas, kajian ini merupakan kajian yang kontemporari, maka kajian-kajian lepas yang paling hampir bagi fokus kajian ini dijadikan sebagai sorotan kajian. Tambahan pula, di Malaysia agak kurang sarjana-sarjana atau penulis yang mengkaji berkaitan penglibatan golongan selebriti dalam politik Malaysia.

Penglibatan golongan selebriti dalam politik Amerika

Natalia T. Wood dan Kenneth C. Herbst (2004) melalui karya mereka *Political StarPower and Political Parties: Does Celebrity Endorsement Win First-Time Voters?* menghuraikan berkenaan peranan dan pengaruh yang dikenakan oleh selebriti dalam parti politik bagi mempengaruhi pengundi muda dalam Pilihan Raya Presiden Amerika Syarikat. *Celebrity endorsement* dilihat berjaya dalam pemasaran produk tradisional tetapi gagal dalam beberapa aspek pemasaran politik. Antara penyebab kepada kurangnya pengaruh juga berkait dengan hujah bahawa responden sendiri tidak mengakui pengaruh selebriti dalam pembuatan keputusan mereka. Kedua, pengundi kali pertama tidak mengkaji pilihan raya dengan menyeluruh untuk mengetahui selebriti mana yang memberikan pengaruh dan ketiga, selebriti yang terlibat tidak berkomunikasi dengan baik dalam memberikan sokongan kepada parti politik. Namun penulis berhujah bahawa selebriti lebih sesuai menjadi motivasi kepada pengundi untuk keluar mengundi dan bukannya menjadi peraih atau penarik undi bagi calon atau parti. Meskipun penglibatan selebriti tinggi dalam Pilihan Raya Amerika Syarikat 2004, ianya tidak begitu terkesan kepada pengundi kali pertama.

Anthony J. Nownes (2011) dalam karyanya *An Experimental Investigation of the Effects of Celebrity Support for Political Parties in the United States* membahaskan berkaitan kesan sokongan selebriti terhadap parti politik di Amerika Syarikat. Beliau berhujah bahawa sokongan selebriti lebih berkesan dalam membentuk dan mempengaruhi pandangan masyarakat kepada parti daripada pandangan masyarakat kepada calon atau individu. Ianya dikaitkan juga dengan model identifikasi parti. Para peminat yang mengidentifikasi diri mereka dengan selebriti tersebut akan mudah untuk mengikut tindakannya. Daripada aspek ini, identifikasi tersebut akan dipindahkan ke dalam bentuk sokongan terhadap parti. Dalam erti kata yang lain, parti politik boleh dianggap seperti sebuah produk maka ianya akan mempengaruhi pola penggunaan masyarakat awam terhadap produk tersebut. Selain itu, aktiviti politik mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap selebriti.

Jennifer Brubaker (2011) dalam karyanya *It Doesn't Effect My Vote: Third-person Effects of Celebrity Endorcement on College Voters in the 2004 and 2008 Presidential Elections* telah menerangkan tentang sejauhmana sokongan selebriti berkesan dalam membentuk sokongan pengundi terhadap calon. Kesan daripada sokongan selebriti dikaitkan dengan *third-person effect* yang meramal bahawa manusia mempunyai tanggapan bahawa media massa mampu mempengaruhi sikap dan kelakuan orang lain. Hal ini bermaksud komunikasi yang meyakinkan tidak akan mempengaruhi 'aku' atau 'kau' tetapi akan mempengaruhi 'mereka' iaitu orang ketiga. Namun, ia tidak berlaku dalam konteks sokongan selebriti. Pengundi yang menyokong kuat sesuatu parti akan menyokong calon tersebut tanpa mampu dipengaruhi oleh sokongan selebriti.

Craig Garthwaite dan Tim Moore (2008) dalam karya mereka *The Role of Celebrity Endorsement in Politics: Oprah, Obama and the 2008 Democratic Primary* menghuraikan tentang peranan sokongan selebriti iaitu Oprah Winfrey terhadap Presiden Obama dalam pemilihan parti Demokrat. Selain itu, sokongan Oprah Winfrey juga berjaya

meningkatkan bilangan keluar mengundi sekurang-kurangnya 2 000 000 pengundi daripada pilihan raya sebelumnya. Malah ianya juga menghasilkan impak yang cukup besar terhadap pencalonan Obama dan undian yang diterima dalam Pilihan Raya Amerika Syarikat 2008.

Mark Wheeler (2013) dalam karyanya *Celebrity Politics* menerangkan tentang sejarah politik selebriti di Amerika Syarikat. Dari segi sejarahnya, penggunaan ruang media seperti radio dan televisyen sememangnya amat penting bagi pemimpin untuk berhubung dengan masyarakat. Namun, permulaan penglibatan selebriti tidaklah ketara dalam kempen politik semata-mata namun lebih ke arah kemasyarakatan seperti hak masyarakat sivil dan Perang Vietnam lantas melahirkan terma *celebrity activism*. Ianya juga berubah kepada bentuk yang lebih komersial iaitu dalam bentuk *endorsement*. Hal ini jelas menunjukkan sejarah penglibatan selebriti Amerika dalam sokongan kepada politik yang bermula dengan perjuangan isu-isu kemanusiaan.

Penglibatan golongan selebriti dalam politik Indonesia

Dyah Tantri Efrina Putri Muradi (2017) dalam karyanya *Popularitas Selebriti sebagai Alat Kosmetika Politik* menerangkan tentang fenomena kemasukan selebriti Indonesia ke dalam politik. Ianya juga berlaku disebabkan oleh parti-parti politik yang seringkali mengalu-alukan kemasukan selebriti bahkan turut mengenengahkan mereka sebagai calon. Penglibatan selebriti dalam politik tidak menjadi masalah jika mereka layak untuk tugas tersebut bahkan ianya adalah sebagai salah satu daripada hak sebagai warganegara. Budaya popular juga menjadi penguat kepada kemenangan selebriti kerana budaya popular digunakan dalam memenangi hati rakyat melalui media. Hal ini jelas membuktikan bahawa golongan selebriti digunakan sebagai hiasan parti untuk memastikan jangka hayat atau *survival* parti.

Firmanzah (2012) dalam karyanya *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* menerangkan tentang peranan yang dimainkan oleh selebriti dalam politik. Karya ini turut mengenengahkan tentang pengundi dan pentingnya segmen politik untuk mengenalpasti kepentingan dan keperluan pengundi yang merupakan golongan terbesar yang bertindak sebagai konsumen. Keputusan untuk memilih parti untuk diundi ketika pilihan raya dapat dicontohkan kepada gelagat pembeli dalam soal berbelanja. Namun, ianya berbeza apabila melibatkan soal memilih pemimpin dalam pilihan raya kerana tidak memberikan kesan secara langsung kepada diri pengundi. Pilihan individu merupakan sebahagian kecil daripada pilihan secara kolektif. Apabila terlalu banyak maklumat yang diterima, pengundi akan sukar untuk membuat penilaian sama ada maklumat berikut adalah daripada sumber yang berautoriti atau khabar angin. Secara tidak langsung, ianya mempengaruhi keputusan pengundi sama ada untuk memilih secara rasional atau tidak. Populariti dan kemasyhuran selebriti dijadikan sebagai magnet bagi menarik perhatian masyarakat seterusnya memberisokongan kepada perjuangan parti mereka.

Wahyu Ishardino Satries (2011) dalam karyanya *Politik tak Berjiwa: Fenomena Iklan Politik dan artis berpolitik di Indonesia* telah merungkai tentang fenomena yang melanda parti-parti politik ketika menjelang pilihan raya. Fenomena pertama adalah peningkatan bilangan selebriti yang mencalonkan diri mereka atau dicalonkan oleh mana-mana parti untuk bertanding dalam pilihan raya. Parti-parti politik mengenengahkan para selebriti agar menarik perhatian masyarakat yang muak dengan elit politik di samping menginginkan wajah-wajah baru ke dalam parti. Fenomena kedua pula adalah iklan politik yang berperanan sebagai bentuk komunikasi dan pemasaran dalam politik. Dalam konteks ini, iklan politik dilihat cenderung untuk menipu masyarakat kerana mengengahkan calon populariti berbanding kelayakan mereka. Selain itu, ianya secara tidak langsung telah memberikan kesan negatif kepada parti kerana telah mengubah orientasinya daripada wajah perjuangan rakyat bahkan boleh dianggap sebagai produksi bagi artis mencari pendapatan.

Akhir sekali, ianya mencerminkan kedangkalan elit politik dan kepimpinan parti dalam memahami tujuan sebenar politik yakni memperjuangkan kepentingan rakyat yang akan mereka wakili di berbagai-bagai peringkat.

Ikhsan Darmawan (2015) dalam karyanya *Keterlibatan Selebriti Dalam Pemilu Indonesia Pasca Orde Baru* telah merungkai berkaitan bagaimana selebriti terlibat sebagai calon di dalam pilihan raya pasca Orde Baru, mengapa wujud kecenderungan selebriti untuk terlibat dalam pilihan raya perundangan Indonesia dan impak daripada penglibatan selebriti dalam pilihan raya perundangan di Indonesia. Penglibatan selebriti dalam pilihan raya mengalami perubahan iaitu daripada *vote getter* dalam konteks *celebrity endorser* kepada *vote getter* dalam konteks *celebrity politician*. Selain itu, wujudnya kecenderungan dalam kalangan selebriti untuk terlibat adalah kerana perubahan sistem pilihan raya, perubahan sikap pengundi daripada bertunjangkan parti kepada sikap mengundi berasaskan calon serta perubahan struktur parti politik yang lebih mengutamakan pendanaan parti dan memenangkan pilihan raya berbanding merekrut ahli baru di samping pemilihan calon. Impak yang wujud daripada penglibatan artis adalah kemampuan mereka dalam menjalankan tanggungjawab masih diragui.

Kristina Andryani (2014) dalam karyanya *Politik Pencitraan Caley Selebritis Menjelang Pemilu 2014* membahaskan berkaitan tindakan yang dilakukan oleh parti-parti politik di Indonesia dalam mempengaruhi masyarakat melalui media sebagai saluran penyampaian maklumat yang utama. Hal ini dapat dilihat melalui tindakan parti-parti utama di Indonesia yang mengengahkan sejumlah selebriti sebagai calon bahkan turut meletakkan mereka pada kedudukan teratas dalam nombor pencalonan. Bagi sebahagian masyarakat, mereka memiliki tahap kepercayaan yang berbeza ke atas golongan selebriti dengan melihat latar belakang selebriti. Sesungguhnya, kepercayaan yang diraih oleh selebriti adalah disebabkan oleh faktor peribadi mereka sendiri seperti penampilan dan gaya percakapan. Meskipun begitu, parti-parti politik juga mengabaikan nilai-nilai etika politik kerana lebih tertumpu kepada memenangi pilihan raya namun dalam masa yang sama kurang melahirkan pemimpin yang jelas ingin membela nasib rakyat.

3. Metodologi

Tata cara pengumpulan data

Kajian ini secara keseluruhannya menggunakan kaedah kualitatif. Ianya meliputi pengumpulan data dalam bentuk kajian kepustakaan. Kebanyakan sumber bahan bagi rujukan kajian ini didapati di perpustakaan. Kajian ini melibatkan sumber premier dan sekunder. Sumber-sumber bahan kajian ini termasuklah jurnal, buku ilmiah dan sebagainya. Selain itu, pengumpulan data bagi kajian ini juga melibatkan penggunaan laman sesawang dan portal akhbar. Hal ini demikian kerana kajian ini merupakan kajian kontemporari dan bersifat terkini. Maka kebanyakan sumber data diambil daripada berita atas talian atau *online* daripada laman sesawang yang dipercayai.

Tempoh dan kawasan kajian

Kajian ini dijalankan dalam tempoh 17 tahun iaitu daripada tahun 2000 sehingga 2017. Hal ini demikian kerana tempoh tersebut adalah signifikan kerana tahun 2000 menyaksikan bermulanya penglibatan golongan selebriti dalam politik apabila parti UMNO mula membuka ruang penyertaan. Ianya juga menyaksikan peningkatan yang ketara dalam PRU ke-12 dan PRU ke-13. Seterusnya, tempoh pasca PRU ke-13 sehingga 2017 juga menyaksikan penglibatan yang lebih ketara oleh golongan selebriti yang bukan sahaja terlibat secara langsung dalam politik bahkan turut memberikan komen dan pandangan

peribadi berkaitan isu-isu domestik. Kajian ini dijalankan dalam konteks politik domestik Malaysia.

4. Dapatan dan Perbincangan

4.1 Sejarah penglibatan golongan selebriti dalam politik Malaysia

Sejarah penglibatan awal golongan selebriti

Penglibatan selebriti pada awal tahun 2000 sememangnya tidak begitu ketara namunsalah satu pencapaian anak seni adalah pelantikan seniman legenda, Jins Shamsuddin atau nama sebenarnya Mohd Zain Shamsuddin sebagai Senator Dewan Negara Malaysia pada 2004. Beliau yang juga merupakan ahli UMNO pernah menjawat jawatan Ketua Penerangan UMNO Cawangan Changkat Jering pada era 80-an namun tidak begitu aktif dalam politik di peringkat yang lebih tinggi (*Astro Awani* 1 Mac 2017). Pelantikan beliau ke jawatan Senator juga mencatatkan sejarah kerana menjadi anak seni pertama untuk bergelar Senator selama dua penggal bermula 2004 hingga 2011. Tahun 2001 telah menyaksikan dua anak seni iaitu Erra Fazira dan Erma Fatima dijemput untuk menyertai pergerakan Puteri UMNO yang baru ditubuhkan dan diperkenalkan kepada umum pada 9 April 2001 (*UMNO Online* 2018). Penglibatan selebriti ke dalam politik juga telah memperlihatkan kepercayaan yang diberikan oleh pihak parti apabila mereka turut terlibat dalam kempen bagi menghadapi PRU ke-11. Namun peranan selebriti dilihat agak malap dan kurang menyerlah sepanjang kepimpinan Perdana Menteri ke-5 Tun Abdullah Ahmad Badawi meskipun era pentadbiran beliau dilihat mula membuka ruang untuk kebebasan media dan keterbukaan politik yang agak luas jika hendak dibandingkan dengan zaman pemerintahan Tun Dr. Mahathir Mohamad. Penyertaan selebriti juga kurang bahkan hampir tiada selepas PRU ke-11 sehingga PRU ke-12.

Penglibatan golongan selebriti pasca PRU ke-12 hingga 2013

Pilihan Raya Umum 2008 merupakan pilihan raya yang bersejarah dalam sejarah politik Malaysia apabila majoriti dua per tiga parti Barisan Nasional selaku parti pemerintah berjaya dinafikan oleh pihak pembangkang atau juga dikenali sebagai Pakatan Rakyat pada ketika itu (Abdul Rahman 2014: 40). Kemenangan pihak pembangkang di beberapa buah negeri juga sekaligus memperlihatkan sokongan rakyat semakin meningkat terhadap pihak pembangkang. Malah ianya signifikan kerana dalam tempoh ini juga beberapa orang selebriti turut mengambil keputusan untuk terlibat aktif dalam politik dengan menyertai parti pembangkang seperti PAS dan PKR. Hal ini dapat dilihat dengan penyertaan pelakon dan komposer, Bob Lokman, pelakon dan penyanyi, Abby Abadi dan Aishah, pelakon seperti Zulkifli Ismail, Hairie Othman, Mustapha Kamal, Akhil Hayy dan Adam Hamid. Meskipun begitu, mereka dilihat sebagai faktor penarik semata-mata bagi menarik kehadiran lebih ramai penyokong ke program-program yang dianjurkan malah ianya digunakan bagi menarik perhatian golongan muda yang meminati seni dan selebriti tersebut. Penggunaan sokongan selebriti biasanya sinonim dengan produk atau barangan untuk meningkatkan nilai jualan produk tersebut malah ianya merupakan suatu fenomena biasa yang digunakan bagi menarik minat pelanggan terhadap produk tersebut. Namun, konsep ini dilihat mula diaplikasikan ke atas parti parti politik bagi meningkatkan sokongan dengan menggunakan populariti sedia ada pada selebriti sebagai jurucakap bagi meraih perhatian pengundi. Secara tidak langsung, ianya jelas membuktikan bahawa mereka juga berminat untuk menyatakan sokongan dan pendirian politik masing-masing (*Sinar Online* 28 Mac 2013). Penyertaan politik dalam kalangan selebriti di pihak BN juga mencatatkan pertambahan. Hal ini dapat dilihat apabila pelakon, Rozaidi Jamil atau lebih

dikenali sebagai Zed Zaidi yang merupakan Presiden Persatuan Seniman Malaysia (SENIMAN) menyertai UMNO pada 2007 malah turut bertanding bagi jawatan Exco Pemuda UMNO dalam pemilihan parti tersebut pada 2013. Selain itu, penyanyi era 80-an, Jamal Abdillah turut menyertai UMNO pada 7 September 2011 seterusnya penyanyi rock Suhaimi Abdul Rahman atau Amy Search juga menyertai UMNO bersama Mus May dan Iknor Riza pada 29 Mei 2012 (*Malaysiakini* 29 Mei 2012). Selebriti lain yang aktif dalam UMNO adalah penyanyi 80-an Jamaluddin Elias atau lebih dikenali sebagai Nash Lefthanded (*Malaysiakini* 19 Oktober 2013). Selain itu, pelakon dan pengacara Khaidira Abu Zahar atau Dira Abu Zahar turut menyertai UMNO dan dilantik sebagai Exco Puteri UMNO pada 2015 (*BH Online* 10 September 2015).

Persatuan pro-kerajaan seperti Barisan Artis Nasional (BAN) yang ditubuhkan sebagai sebuah persatuan yang berasaskan kesenian dan hiburan juga turut menyokong dan membantu kerajaan dalam melaksanakan agenda pembangunan kesenian dan kemasyarakatan. Presiden BAN, AC Mizal telah menegaskan bahawa persatuan tersebut menyokong dan berpendirian teguh dalam menyokong BN (*UtusanOnline* 22 April 2012). Selain itu, Presiden Yayasan Artis Malaysia (YA 1M), DJ Dave turut menyatakan kesediaan anggotanya dalam membantu kempen BN bagi menghadapi PRU ke-13 (*Sinar Online* 30 November 2012). Menjelang PRU ke-13, Presiden Persatuan Kebajikan Artis Veteran Malaysia, Aziz Sattar telah mewakili artis veteran memberikan sokongan kepada kepimpinan BN. Malah persatuan tersebut turut mengadakan siri jelajah di beberapa kawasan di negeri Selangor, Pahang dan Kedah seperti Program Senam Seni Bersama Artis Veteran dan program Ziarah Syukur bagi memberikan penerangan kepada rakyat berkaitan isu politik semasa serta menangkis dakwaan pihak pembangkang terhadap kerajaan (*Utusan Online* 11 Mac 2013).

Penglibatan selebriti dalam PRU ke-13 juga semakin meningkat bahkan turut melakar sejarah dalam perjalanan politik Malaysia. Hal ini dapat dilihat apabila buat pertama kalinya seorang selebriti iaitu Wan Aishah Wan Ariffin atau Aishah dicalonkan sebagai calon PAS di Parlimen Jempol, Tengku Intan Tengku Abdul Hamid atau Dayangku Intan sebagai calon PKR di Parlimen Pengerang dan Masrun Tamsi atau Herman Tino sebagai calon bebas di Parlimen Tanjong Karang. Di samping itu, penglibatan selebriti dalam PRU ke-13 juga dapat dilihat dalam beberapa siri kempen. Hal ini terbukti apabila beberapa selebriti seperti Aznil Hj Nawawi, Karl Shafek, Mamat Sepah, Rahim R2, Zaiton Sameon dan Aspalela Abdullah turut aktif dalam membantu kempen di beberapa kawasan.

Penglibatan golongan selebriti pasca PRU ke-13 hingga 2017

PRU ke-13 yang telah berlangsung pada 5 Mei 2013 telah mencatatkan kemenangan buat BN di peringkat persekutuan di samping berhasil untuk merampas semula negeri Kedah daripada PAS. Pasca PRU ke-13 juga telah menyaksikan beberapa peristiwa penting yang sekaligus mencorak landskap baru dalam politik Malaysia. Isu pertukaran Menteri Besar Selangor juga mendapat reaksi daripada selebriti yang berasal daripada negeri Selangor. Hal ini dapat dilihat apabila pelakon dan penyanyi veteran, Baharuddin Omar atau Anjang Aki, penyanyi, Herman Tino dan Ella turut sama terlibat dalam Himpunan Gelombang Merah Kuning pada 30 Ogos 2014 bagi menyatakan solidariti terhadap bekas Menteri Besar Selangor, Khalid Ibrahim di samping membantah Langkah Kajang yang didalangi PKR. Selain itu, Herman Tino mewakili komuniti anak seni di Selangor turut menyeru anak Selangor untuk menyokong Sultan Selangor dan berdiri di belakang Tuanku (*Malaysiakini* 20 Ogos 2014).

Penglibatan selebriti dalam parti UMNO juga mencatatkan peningkatan meskipun terdapat pelbagai konflik dan polemik yang menyelubungi arena politik Malaysia. Hal ini

dapat dilihat apabila wujudnya persatuan selebriti yang ditubuhkan pada Oktober 2016 untuk menyokong parti UMNO seperti Kelab UMNO Artis Tanah Air (KUAT) (*MStar Online* 18 Oktober 2016). Perubahan landskap politik Malaysia serta kerencaman yang wujud dalam pentas politik amat signifikan dalam mempengaruhi penglibatan selebriti. Contohnya, Aishah dan Abby Abadi yang asalnya memasuki PAS sebagai platform awal dalam politik kini telah meninggalkan PAS dan menyertai AMANAH (*Malaysiakini* 18 Disember 2017). Namun begitu, beberapa selebriti lain seperti Bob Lokman, Wahid Senario dan Mustapha Kamal dilihat masih kekal bersama PAS. Hal ini terbukti dalam Himpunan Rang Undang Undang 355 (RUU 355) yang diadakan pada 18 Februari 2018 turut disertai oleh beberapa selebriti yang merupakan ahli PAS seperti Mustapha Kamal dan Wahid Senario bahkan turut disertai oleh Jamal Abdillah yang merupakan seorang ahli UMNO (*MStar Online* 18 Februari 2017).

Keterbukaan selebriti untuk menyuarakan pandangan masing-masing juga semakin jelas apabila mereka lebih kerap berkongsi pendapat di laman media sosial mereka. Beberapa selebriti seperti Sheila Majid, Redzuawan Ismail atau Chef Wan, Adibah Noor, Fathia Latiff dan Farid Kamil turut berkongsi pendapat masing-masing di media sosial. Antara selebriti yang turut mencuri perhatian adalah tindakan Azwan Ali menyokong UMNO. Azwan yang merupakan adik kepada Menteri Besar Selangor, Azmin Ali turut mengumumkan sokongan padu kepada UMNO setelah mengalami krisis bersama abangnya (*Astro Awani* 10 Disember 2017). Maka jelaslah bahawa penglibatan selebriti dalam politik Malaysia meningkat dari semasa ke semasa.

4.2 *Bentuk penglibatan selebriti dalam politik Malaysia*

Bentuk penglibatan awal golongan selebriti

Bentuk penglibatan awal selebriti dalam politik Malaysia berkait dengan konsep partisipasi politik. Jins Shamsuddin merupakan seorang ahli UMNO yang aktif di peringkat akar umbi malah pelantikannya sebagai seorang senator juga membuktikan tahap penglibatan beliau yang tinggi dalam proses perundangan negara. Hal ini dapat dilihat apabila penglibatan Erra Fazira dan kemudiannya Erma Fatima menerima pelawaan gerakan Puteri UMNO. Menurut Rush dan Althoff (1971), ianya berlaku disebabkan kefahaman atau kesedaran diri dan kesediannya untuk menganggotai mana-mana parti. Malah ianya membuktikan bahawa mereka juga ingin terlibat dalam perjalanan politik negara setelah diberi peluang.

Bentuk penglibatan golongan selebriti pasca PRU ke-12 hingga 2013

Penglibatan selebriti pasca PRU ke-12 juga menyaksikan peningkatan. Hal ini terbukti apabila beberapa nama seperti Mustapha Kamal, Abby Abadi, Aishah, Zulkifli Ismail, Hairie Othman, Akhil Hayy, Bob Lokman dan Adam Hamid mula menyertai PAS. Tambahan pula, sebahagian daripada mereka bukan sahaja menjadi ahli tetapi turut terlibat dalam kempen dengan berceramah serta dipilih sebagai calon Parlimen. Penglibatan mereka secara aktif juga selari dengan konsep yang dikemukakan oleh Zimenkova (2013) iaitu partisipasi politik sebagai sebuah tindakan sukarela bagi mempengaruhi keputusan berwajib atau *authoritative information* pada peringkat berbeza dalam politik dan partisipasi politik juga tidak semata-mata menekankan hubungan di antara negara dan rakyat. Selebriti yang turut terlibat dalam parti UMNO adalah seperti Zed Zaidi, Dira Abu Zahar dan Nash Lefthanded. Dalam konteks jawatan, ketiga-tiga mereka merupakan ahli aktif UMNO yang memiliki jawatan di peringkat pusat seperti Zed Zaidi dan Dira Abu Zahar serta di peringkat akar umbi seperti Nash Lefthanded. Jawatan yang dipegang dalam parti juga berkait dengan pandangan Rush dan Althoff (1971) iaitu pada peringkat kedua. Peringkat kedua berkait dengan golongan yang ingin mendapatkan kekuasaan dalam parti

politik. Mereka juga dipilih berdasarkan kelayakan untuk memegang sesuatu jawatan dalam parti.

Selain itu, pencalonan selebriti di peringkat parlimen seperti Aishah, Dayangku Intan dan Herman Tino juga membuktikan tahap partisipasi politik yang tinggi kerana mereka ingin merebut jawatan di peringkat legislatif. Hal ini selari dengan pandangan Ramlan Surbakti (1992) yang mengkategorikan partisipasi aktif sebagai kegiatan mengajukan usul tentang suatu dasar umum serta alternatif berlainan daripada dasar pemerintah. Menurut Olsen pula membahagikan partisipasi kepada enam peringkat dan partisipasi selebriti pada peringkat ini adalah peringkat pertama sebagai pemimpin politik (Ramlan 1992: 143).

Partisipasi selebriti juga dapat dilihat melalui penubuhan kelab dan organisasi yang menyokong parti pemerintah seperti AC Mizal yang mengetuai BAN, DJ Dave yang mengetuai Yayasan Artis 1 Malaysia (YA 1M) dan Aziz Sattar yang mengetuai Persatuan Kebajikan Artis Veteran Malaysia. Partisipasi secara NGO menurut Olsen berada pada peringkat kedua iaitu sebagai aktivis politik. Begitu juga dengan selebriti yang terlibat ketika kempen seperti Rahim R2, Aznil Hj Nawawi, Zaiton Sameon dan lain-lain dikategorikan sebagai jurucakap yang menyampaikan informasi politik kepada umum (Ramlan 1992: 143). Selebriti juga menjadi ahli parti namun tidak aktif dengan kegiatan parti. Hal ini dapat dilihat seperti Jamal Abdillah, Amy Search, Mus May dan Ibnor Riza yang menyertai UMNO. Penglibatan mereka menurut Rush dan Althoff (1971) adalah pada peringkat yang pasif dan merupakan komitmen paling asas kepada parti.

Bentuk penglibatan golongan selebriti pasca PRU ke-13 hingga 2017

Beberapa senario yang berlaku pasca PRU ke-13 juga menyaksikan partisipasi politik yang berbeza dalam kalangan selebriti. Hal ini dapat dilihat dalam konteks negeri yang mana beberapa selebriti turut terlibat dalam Himpunan Gelombang Merah Kuning dalam krisis politik Selangor pada 2014. Himpunan tersebut juga melibatkan tiga selebriti seperti Baharuddin Omar, Ella dan Herman Tino. Partisipasi mereka juga selari dengan peringkat ketiga iaitu aktif dalam kumpulan berkepentingan atau kumpulan pendesak (Rush dan Althoff 1971: 77). Selain itu, partisipasi selebriti dalam Himpunan RUU355 juga seperti Mustapha Kamal, Wahid Senario, Jamal Abdillah juga boleh dikategorikan sebagai jurucakap seperti dikemukakan oleh Olsen (Ramlan 1992: 143).

Di samping itu, partisipasi selebriti turut dilihat dalam bersuara dan berbicara tentang isu semasa. Rush dan Althoff (1971) juga berhujah bahawa ianya berkait dengan peringkat partisipasi iaitu berminat untuk membicarakan hal berkaitan politik sungguhpun tidak menjadi anggota mana-mana parti. Hal ini dapat dilihat apabila Sheila Majid, Fathia Latiff, Farid Kamil dan Chef Wan turut menggunakan media sosial masing-masing bagi menyatakan pandangan berkaitan situasi semasa dalam negara.

4.3 Pengaruh yang dikenakan golongan selebriti dalam politik Malaysia

Modal selebriti dalam politik Malaysia

Golongan selebriti sememangnya memiliki kebolehpasaran diri dan *capital* yang tersendiri (Gunter 2014: 1). Menurut Driessens (2013) selebriti didefinisikan sebagai “kewujudan modal yang lebih abstrak iaitu dalam menarik perhatian” malah ianya mampu mengumpul dan mengagihkan perhatian manusia. Hal ini dapat dilihat dalam konteks PAS pasca PRU ke-12 yang menggunakan khidmat selebriti untuk menarik minat masyarakat ke ceramah yang dianjurkan. Bahkan dalam satu wacana, Bob Lokman juga menegaskan bahawa penggunaan selebriti adalah sebagai umpan bagi menarik kedatangan ramai (Sinar Online 28 Mac 2013).

Selain itu, pengaruh yang dibawa oleh selebriti juga meninggalkan kesan kepada pengundi. Ianya mampu dicontohkan seperti pemasaran sebuah produk kerana reputasi yang baik penting dalam mempengaruhi jualan produk tersebut. Tambahan pula, selebriti memiliki potensi yang tinggi kerana mudah dikenali serta membawa nilai positif di samping memiliki ikatan emosi tersendiri dengan masyarakat (Hunter 2009: 5-6). Hal ini dapat dilihat dalam proses kempen apabila para selebriti sama ada secara individu mahupun kumpulan telah bergerak bersama dalam membantu pihak BN untuk turun memberi penerangan kepada masyarakat. Golongan selebriti juga terbukti mampu menarik perhatian masyarakat apabila mereka memberikan pendapat. Contohnya, pendapat Sheila Majid yang dikemukakan melalui media sosial mengenai peningkatan kos taraf hidup juga menarik perhatian ramai termasuklah Menteri di Jabatan Perdana Menteri, Abdul Rahman Dahlan (*The Star Online* 10 Disember 2017). Selebriti lain seperti Chef Wan, Azwan Ali dan perdebatan di antara Fathia Latiff dan Dira Abu Zahar turut mendapat perhatian yang pelbagai daripada pihak masyarakat awam. Sama ada ianya berbentuk positif mahupun negatif, perhatian yang lebih meluas diberikan terhasil daripada faktor populariti dan imej yang wujud dalam kalangan masyarakat terhadap golongan selebriti. Sungguhpun penglibatan selebriti dalam politik Malaysia dilihat semakin meningkat sejak 2000 hingga 2017 ianya masih berada pada tahap yang rendah kerana penglibatan mereka masih belum mampu membentuk sebuah suara yang kuat dan mampu mempengaruhi pembuatan keputusan dalam parti.

5. Rumusan dan Cadangan

Penulisan ini secara keseluruhannya adalah untuk menjelaskan perkaitan antara golongan selebriti dengan politik Malaysia. Ternyata melalui beberapa pembuktian serta penjelasan, golongan ini juga turut terlibat dalam mewarnai arena politik negara meskipun tidak mampu menjadi suara yang kuat dan mempengaruhi keputusan dalam parti. Ianya juga jelas berbeza jika hendak dibandingkan dengan negara Amerika dan Indonesia yang memiliki partisipasi meluas daripada kalangan selebriti serta mampu menjadi suara penting dalam politik. Penglibatan golongan selebriti sememangnya bermula sejak tahun 2001 namun agak malap kerana lebih memilih untuk fokus kepada kerjaya malah kurang terlibat dalam PRU ke-11 dan 12. Namun, pelantikan Jins Shamsuddin sebagai Senator bermula 2004 hingga 2011 menyaksikan peranan dan jasa selebriti diiktiraf pihak kerajaan. Pasca PRU ke-12 hingga 2013 menjadi suatu fasa yang penting kerana ianya memperlihatkan penglibatan selebriti yang tinggi dan signifikan dalam politik. Bahkan penglibatan mereka boleh disifatkan sebagai selangkah ke hadapan terutamanya apabila mereka menawarkan diri sebagai calon bagi merebut kerusi Parlimen termasuk juga diketengahkan dalam kempen. Begitu juga dengan pasca PRU ke-13 hingga 2017 juga menunjukkan tahap penglibatan yang positif apabila lebih ramai selebriti menggunakan hak asasi mereka untuk bersuara dan tidak kurang juga menyatakan pendirian politik masing-masing. Konsep partisipasi politik dan modal selebriti jelas berkait rapat dengan penglibatan selebriti dalam politik. Penglibatan mereka juga signifikan dengan kajian akademik malah mampu membuktikan kebolehpasaran diri dan populariti yang mereka miliki digunakan dalam konteks politik. Justeru kajian ini mampu menjadi asas kepada kajian penglibatan selebriti dalam politik Malaysia yang wajar diteruskan pada masa akan datang.

Rujukan

Abdul Rahman Abdul Aziz. (2014). *Demokrasi di Malaysia*. Kuala Lumpur: Institut Terjemahan dan Buku Malaysia Berhad.

- Astro Awani. (2017). Saya dedak no 1 UMNO, kata Azwan Ali. 10 Disember. <http://www.astroawani.com/berita-politik/saya-dedak-no-1-umno-kata-azwanali-162562> (akses pada 29 Mac 2018).
- Astro Awani. (2017). Seniman lagenda, Tan Sri Jins Shamsuddin dalam kenangan. 1 Mac. <http://www.astroawani.com/foto-malaysia/tan-sri-jins-shamsuddin-dalam-kenangan4292/ketua-penerangan-umno-cawangan-changkat-jering-43273> (akses pada 26 Mac 2018).
- BH Online. (2015). Dira dilantik Exco Puteri UMNO. 10 September 2015. <https://www.bharian.com.my/node/80935> (akses pada 23 Mac 2018).
- Brubaker, J. (2011). It Doesn't Affect My Vote: Third-person Effects of Celebrity Endorsement on College Voters in the 2004 and 2008 Presidential Elections. *American Communication Journal*, 13 (2): 4-22.
- Driessens, O. (2013). Celebrity Capital: Redefining Celebrity Using Field Theory. *Theory and Society*. 42(5): 543-560.
- Dyah Tantri Efrina Putri Muradi. (2017). Popularitas Selebriti Sebagai Alat Kosmetika Politik. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3 (1): 103-115.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Garthwaite, C. & Moore, T. (2008). The Role of Celebrity Endorsements in Politics: Oprah, Obama, and the 2008 Democratic Primary. *Department of Economics, University of Maryland*, 1-59.
- Gunter, B. (2014). *Celebrity Capital Assessing the Value of Fame*. New York: Bloomsbury Publishing Inc.
- Hunter, E. J., Burgers, H. J. & Davidsson P. (2009). Celebrity Capital as a Strategic Asset: Implications for New Ventures Strategy. *Entrepreneurial Strategic Content*. (137-160). Emerald Group Publishing Limited.
- Ikhsan Darmawan. (2015). Keterlibatan Selebriti Dalam Pemilu Indonesia Pasca Orde Baru. *Journal of Social Science and Humanities*, 17 (3): 236-242.
- Ikhsan Darmawan. (2015). Keterlibatan Selebriti Dalam Pemilu Indonesia Pasca Orde Baru. *Journal of Social Science and Humanities*, 17 (3): 236-242.
- Kristina Andryani. (2014). Politik Pencitraan Caleg Selebritis Menjelang Pemilu 2014. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1 (1): 20-35.
- Malaysiakini. (2012). Lagenda rock Amy Search sertai UMNO. 29 Mei. <https://www.malaysiakini.com/news/199380> (akses 26 Mac 2018).
- Malaysiakini. (2013).. Rocker Nash antara pengundi pemilihan UMNO. 19 Oktober. <https://www.malaysiakini.com/news/244317> (akses pada 24 Mac 2018).
- Malaysiakini. (2014). Herman Tino, 12 NGO bersatu pertahan Khalid. 20 Ogos. <https://www.malaysiakini.com/news/272171> (akses pada 25 Mac 2018).
- Malaysiakini. (2017). Kemenangan Aishah bantu kempen PRU 14- AMANAH. 18 Disember. <https://www.malaysiakini.com/news/405841>(akses pada 25 Mac 2018).
- MStar Online. (2016). Artis tubuh KUAT untuk balas jada UMNO. 18 Oktober. <http://www.mstar.com.my/hiburan/berita-hiburan/2016/10/18/kuat-sokong-umno/> (akses pada 25 Mac 2018).
- MStar Online. (2017). Rangkuman Laporan RUU 355. 18 Februari. <http://www.mstar.com.my/berita/berita-semasa/2017/02/18/ruu355/> (akses pada 27 Mac 2018).
- Nownes, A. J. (2011). An Experimental Investigation of the Effects of Celebrity Support for Political Parties in the United States. *American Politics Research*, 40 (3): 1-25.

- Peters, Y. (2017). *Political Participation, Diffused Governance and the Transformation of Democracy*. New York: Routledge.
- Ramlan Surbakti. (1992). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.
- Roketkini. (2014).. Kritikan sosial dalam filem P Ramlee-Zairil Khir Johari. 30 Mac, <https://www.roketkini.com/2014/03/30/kritikan-sosial-dalam-filem-p-ramleeoleh-zairil-khir-johari/> (akses pada 22 Disember 2017).
- Rush, M. & Althoff, P. (1971). *An Introduction to Political Sociology*. Bristol: Western Printing Services Ltd.
- Sinar Online. (2012). Golongan artis sokong padu UMNO dan BN. 30 November. <http://www.sinarharian.com.my/politik/golongan-artis-sokong-padu-umno-dan-bn-1.108547> (akses pada 24 Mac 2018).
- Sinar Online. (2013). Wacana Sinar: 'Kredibiliti atau Pancing Undi'. 28 Mac 2013. <http://www.sinarharian.com.my/politik/wacana-sinar-kredibiliti-atau-pancing-undi1.143775> (akses pada 23 Mac 2018).
- The Star. (2017). Rahman Dahlan invites Sheila Majid to EPU briefing. 10 Disember. <http://m.thestar.com.my/story.aspx?hl=Rahman-Dahlan-invites-Sheila-Majid-to-EPUbriefing&sec=news&id=%7BEB0FE5B0-6046-424F-A37EB915467B066A%7D> (akses pada 25 Mac 2018).
- UMNO Online. (2018). Sejarah Puteri UMNO. <http://www.umnoonline.my/sejarah/puteri/> (akses pada 22 Mac 2018).
- Utusan Online. (2013). Artis veteran terus sokong kerajaan-Aziz. 11 Mac. http://ww1.utusan.com.my/utusan/Dalam_Negeri/20130311/dn_21/Artis_veteran_terus-sokong-kerajaan---Aziz (akses pada 24 Mac 2018).
- Utusan Online. (2013). PRU-13: Golongan artis turut bantu kempen calon BN. 22 April. http://ww1.utusan.com.my/utusan/Hiburan/20130422/hi_05/PRU-13_Golongan-artisturut-bantu-kempen-calon-BN (akses pada 25 Mac 2018).
- Utusan Online. (2017). Anak seni pertama dilantik Senator. 2 Mac, <http://www.utusan.com.my/berita/nasional/anak-seni-pertama-dilantik-senator-1.451003> (akses pada 22 Disember 2017).
- Wahyu Ishardino Satries. (2011). Politik Tak Berjiwa: Fenomena Iklan Politik dan Artis Berpolitik di Indonesia. *Jurnal Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9 (1): 1-13.
- Wheeler, M. (2013). *Celebrity Politics*. Massachusetts: Polity Press.
- Wood, N. T. &Herbst, K. C. (2007). Political Star Power and Political Parties: Does Celebrity Endorsement Win First-Time Votes? *Journal of Political Marketing*, 6 (2/3): 141-158.
- Zimenkova, T. & Hedtke, R. (2013). *Education for Civic and Political Participation A Critical Approach*. New York: Routledge.