

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Pergerakan opini digital pada media sosial X sering kali terjadi secara spontan, di mana pengguna atau aktor tertentu lebih cenderung menyampaikan pandangan secara satu arah tanpa menciptakan interaksi yang dinamis antar aktor. Dapat dikatakan spontan karena adanya respon masyarakat terhadap performa Gibran pada debat cawapres pertama di tanggal 22 desember malam. Respon dapat dikatakan spontan karena berdasarkan dari grafik *time sequence* puncak tertinggi hanya berada di tanggal 23 desember setelah performa debat yang dilakukan Gibran. Sifat spontan juga dapat dilihat dari grafik tertinggi yang hanya bertahan 1 hari saja, yang berarti tidak berlangsung lama. Jaringan komunikasi yang terbentuk dalam konteks ini di media sosial X biasanya tidak melibatkan aktor dominan yang mampu mengarahkan atau mengkoordinasi percakapan, sehingga pergerakan opini berlangsung secara tidak terorganisir dan kehilangan potensi dampak maksimalnya.

Hal ini menjadi tantangan bagi tokoh publik atau aktor politik, termasuk cawapres Gibran Rakabuming Raka, untuk memanfaatkan *personal branding* sebagai alat strategis, dan mampu membentuk opini publik secara lebih efektif. Melalui strategi *personal branding* yang kuat, pergerakan opini digital di media sosial X dapat dikelola untuk memberikan arah yang jelas, membangun interaksi yang produktif dan menciptakan pengaruh yang lebih luas di berbagai platform media sosial khususnya X karena media sosial memainkan peran penting dalam

memabangun citra politik seorang tokoh. *Personal branding* terbentuk melalui berbagai interaksi digital, baik berupa komentar positif, kritik, maupun diskusi netral yang berkembang di platform tersebut. Diskusi yang terjadi menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang dinamis untuk pembentukan opini, meskipun terdapat tantangan berupa isu nepotisme dan kontroversi seputar latar belakang politiknya.

Pergerakan opini digital mengenai Gibran menunjukkan karakteristik khas, yaitu bersifat spontan, sementara, dan tidak selalu terorganisir. Tingginya interaksi yang terjadi pasca debat mencerminkan perhatian besar masyarakat terhadap performa dan citra politik Gibran. Namun, diskusi tersebut cenderung terfragmentasi ke dalam kelompok-kelompok pembicaraan kecil tanpa adanya dominasi satu aktor tertentu. Isu-isu utama yang dibahas meliputi keterampilan debat, program yang diusung, hingga kontroversi terkait pencalonannya. Meskipun demikian, Gibran Rakabuming Raka berhasil membangun citra sebagai politisi muda yang relevan yang terhubung dengan aspirasi masyarakat dengan menggunakan media sosial X secara konsisten dan responsif, hal ini ditunjukkan melalui hasil sebaran sentimen pada jaringan komunikasi debat Cawapres Gibran pertama yang menunjukkan sentimen netral 37%, sentimen positif sebesar 37%, dan sentimen negatif pada opini debat cawapres Gibran sebesar 26% yang mana sentimen positif memiliki jumlah lebih besar dibandingkan negatif, dapat disimpulkan bahwa debat cawapres pertama Gibran Rakabuming Raka menghasilkan opini netral cenderung ke positif.

5.2 Saran

Untuk memperkuat *personal branding*, Gibran Rakabuming Raka disarankan lebih aktif memanfaatkan media sosial X(*Twitter*) dengan mengelola opini publik secara strategis. Tim komunikasi perlu memonitor isu-isu sensitif, seperti nepotisme, dan memebrikan klarifikasi yang cepat dan transparan agar opini negatif tidak berkembang liar. Pemanfaatan *big data* dapat membantu memahami pola interaksi dan tren diskusi, sehingga strategi komunikasi dapat lebih tepat sasaran. Selain itu, Gibran perlu menonjolkan nilai-nilai unik seperti fokus pada pengembangan generasi muda dan pemerataan ekonomi, untuk memperkuat citra positifnya. Dengan langkah ini, *personal branding* Gibran dapat terbangun secara substansial dan mampu menjawab tantangan politik yang dihadapinya.