

**PERGERAKAN OPINI DIGITAL MENGENAI
PERSONAL BRANDING GIBRAN RAKABUMING RAKA
MELALUI MEDIA SOSIAL X (*TWITTER*) SEBAGAI
CAWAPRES
PASCA DEBAT CAWAPRES PERTAMA
(Analisis Jaringan Komunikasi Berbasis Big Data)**

SKRIPSI



OLEH

SALSABILA SHAF A NOVITASARI
NPM. 19043010004

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL PENELITIAN : PERSONAL BRANDING GIBRAN
RAKABUMING RAKA MELALUI MEDIA
SOSIAL X (TWITTER) SEBAGAI CAWAPRES
PASCA DEBAT CAWAPRES PERTAMA
(ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI
BERBASIS BIG DATA)

NAMA : SALSABILA SHAFANOVITASARI

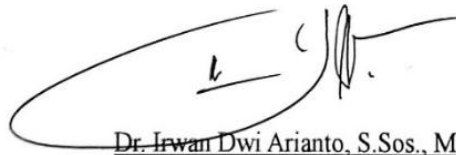
NPM : 19043010004

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah disetujui untuk mengikuti ujian seminar proposal

PEMBIMBING UTAMA



Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 197602082021211003

KOORDINATOR PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



Dr. Syafrida Nurrahmi Febriyanti, S.Sos., M.MedKom
NIP. 198302232021212008

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PENELITIAN : PERGERAKAN OPINI DIGITAL
MENGENAI *PERSONAL BRANDING* GIBRAN
RAKABUMING RAKA MELALUI MEDIA
SOSIAL X (*TWITTER*) SEBAGAI CAWAPRES
PASCA DEBAT CAWAPRES PERTAMA

NAMA : SALSABILA SHAFI NOVITASARI

NPM : 19043010004

PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah mengikuti ujian seminar proposal pada tanggal 18 April 2024

Menyetujui,

Pembimbing




Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos, M.Ikom.
NIP. 197602082021211003

Tim Penguji,



Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos, M.Ikom.
NIP. 197602082021211003



Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIP. 196601072021212001



Roziana Febrianita, S.Sos., M.A
NPT. 17219820211048

KOORDINATOR ILMU KOMUNIKASI



Dr. Syafrida Nurachmi Febrayanti, S.Sos, M.Med.Kom
NIP. 198302232021212008

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Salsabila Shafa Novitasari
NPM : 19043010004
Angkatan : 2019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 23 Januari 2025



Salsabila Shafa Novitasari

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan ke Tuhan Yang Maha Esa karena dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pergerakan Opini Digital Mengenai *Personal Branding* Gibran Rakabuming Raka Melalui Media Sosial X (*Twitter*) sebagai Cawapres Pasca Debat Cawapres Pertama”** yang merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Bapak Irwan Dwi Arianto, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing utama penulis yang banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang setinggi tingginya dan tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
4. Terimakasih terbesar saya untuk kedua orangtua saya, Mama Neni dan Ayah Budi yang tidak pernah lelah berusaha, berjuang dan berdoa untuk kebahagiaan dan kesuksesan anak-anaknya terutama saya serta tentunya mendukung saya secara materil demi kelancaran kuliah dan skripsi saya.

5. Mas Yama, Mas Adi, Mbak Melda dan Mbak Caca yang tentunya selalu mendukung serta membantu saya dalam kesulitan apapun demi kelancaran skripsi saya.
6. Teman-teman kampus dan luar kampus yang selalu menemani saya suka dan duka selama berkuliah terutama saat penyusunan skripsi, Alif Nizar, Vina Citra, Erica Yuliani, Sasha Aprilia, dan Rachma Atika. Begitupula untuk teman-teman lainnya yang memberi semangat kepada saya selama menempuh pendidikan.
7. Terakhir, saya juga berterima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang keras dalam menyelesaikan setiap tahapan penulisan skripsi ini. Terima kasih telah berusaha menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang muncul selama penulisan skripsi ini. Meskipun terkadang ada rasa ragu dan kelelahan, namun tekad dan keinginan untuk menyelesaikan skripsi ini tetap terjaga.

Akhir kata, penulis berharap semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Surabaya, 22 Januari 2025

Salsabila Shafa Novitasari

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Praktis	14
1.4.2 Manfaat Akademis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 <i>Personal Branding</i>	18
2.2.2 X (Twitter)	19
2.2.3 Media Sosial sebagai Komunikasi Politik.....	22
2.2.4 Big Data	24
2.2.5 NodeXL.....	27
2.2.6 Teori Graf.....	28
2.2.7 Analisis Sentimen	35
2.3 Kerangka Berpikir	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.2 Definisi Operasional dan Variabel	41
3.3 Pengukuran Data	45

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5	Analisa Data.....	46
3.6	Waktu Penelitian.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Gambaran Umum Gibran Rakabuming Raka pada Debat Cawapres Pertama.....	48
4.2	Hasil dan Pengukuran data.....	53
4.3	Pembahasan pergerakan opini digital.....	89
4.3.1	Spontanitas dan Tidak Terorganisir	91
4.3.2	Opini memiliki usia pendek	95
4.3.3	Opini yang bersifat Homogen (Homogenitas Opini).....	98
4.3.4	Keterlibatan Multi-sektoral (<i>Cross-sectoral</i>).....	108
BAB V KESIMPULAN		113
5.1	Kesimpulan.....	113
5.2	Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN.....		120

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2. 2 Pergerakan Opini Digital	33
Tabel 2. 3 Kerangka Berpikir	37
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Variabel	43
Tabel 4. 1 Tabel metrics jumlah Aktor (vertex) dan interaksi (edges) dalam topik debat Gibran pertama cawapres 2023	57
Tabel 4. 2 Tweet yang sama tetapi dengan interaksi yang berbeda	58
Tabel 4. 3 Tabel jaringan dalam topik debat Gibran pertama cawapres 2023	61
Tabel 4. 4 Tabel pasangan kata pada tiap kluster diskusi topik debat Cawapres Gibran pertama	68
Tabel 4. 5 Tabel kata tiap kluster pembicaraan topik debat Cawapres Gibran pertama	74
Tabel 4. 6 Metrik jaringan komunikasi topik Gibran pada debat Cawapres pertama	78
Tabel 4. 7 Tabel nilai betweenness centrality pada jaringan komunikasi debat Cawapres Gibran pertama	84
Tabel 4. 8 Tabel nilai out degree pada jaringan komunikasi debat Cawapres Gibran pertama	86
Tabel 4. 9 Tabel nilai closeness centrality pada jaringan komunikasi debat Cawapres Gibran pertama	87
Tabel 4. 10 Tabel nilai degree centrality pada jaringan komunikasi debat Cawapres Gibran pertama	87
Tabel 4. 11 Tabel akun yang melakukan interaksi (mentioning) gibran	88
Tabel 4. 12 Tabel sentralitas pada jaringan komunikasi debat Cawapres Gibran pertama	89
Tabel 4. 13 Tabel akun top tweet	94
Tabel 4. 14 opini berdasarkan kata-kata dalam kluster pembicaraan yang terbentuk	103
Tabel 4. 15 pasangan kata dalam jaringan komunikasi	104
Tabel 4. 16 Tabel jumlah kata pada jaringan komunikasi debat Cawapres Gibran pertama	105
Tabel 4. 17 Nilai dan Tabel Sentimen	108
Tabel 4. 18 Kluster pembicaraan (G1-G10) yang telah dikelompokkan oleh aplikasi NodeXL	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Platforms Social Media.....	1
Gambar 1. 2 Tampilan Berita CNN Indonesia.....	7
Gambar 1. 3 Tampilan Tweet Pengguna.....	8
Gambar 1. 4 Tampilan Tweet Pujian	12
Gambar 4. 1 Grafik pergerakan opini debat Gibran selama 1 bulan kedepan	53
Gambar 4. 2 Window X (Twitter) Search Network pada NodeXL yang digunakan dalam pengambilan data.....	56
Gambar 4. 3 Kolom data merging pada NodeXL	58
Gambar 4. 4 Time Series pergerakan opini debat Gibran selama debat cawapres pertama 2023	62
Gambar 4. 5 Jaringan komunikasi topik debat Cawapres pertama Gibran	63
Gambar 4. 6 Jaringan komunikasi debat Cawapres Gibran pertama pada media sosial X.....	82
Gambar 4. 7 Contoh informasi yang ditulis bukan oleh aktor dominan.	95
Gambar 4. 8 Time Series pergerakan opini penampilan debat Cawapres Gibran pertama.....	96
Gambar 4. 9 Gambar beberapa interaksi tweet media mengenai debat Cawapres Gibran.....	97
Gambar 4. 10 Wordcloud kata pada jaringan komunikasi topik debat cawapres Gibran pertama.....	105
Gambar 4. 11 Sebaran sentimen pada jaringan komunikasi debat Cawapres Gibran pertama.....	107
Gambar 4. 12 Tweet Gibran.....	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Vertex (Pengguna)	120
Lampiran 2. Data Edges (Interaksi)	120
Lampiran 3. Data Klaster	121
Lampiran 4. Overall Metrics (Metriks Jaringan keseluruhan)	121
Lampiran 5. Network Top Items	122
Lampiran 6. Pergerakan tren pembicaraan isu debat cawapres Gibran Rakabuming Raka pertama.....	122
Lampiran 7. Perhitungan sentimen mengenai topik debat cawapres Gibran Rakabuming Raka pertama	123

ABSTRAK

Perkembangan media sosial melahirkan perkembangan *digital activism* yang tidak lagi hanya sebagai forum diskusi melalui media sosial, lebih dari itu *Digital Activism* kini dilakukan secara spontan. Bentuk fenomena *Digital Activism* terbaru ini dimaknai sebagai Pergerakan Opini secara Digital (DMO). Salah satu isu yang sangat menarik perhatian publik adalah isu mengenai debat cawapres oleh Gibran Rakabuming Raka. Rendahnya interaksi yang terjadi antar akun pada jaringan komunikasi “Debat Cawapres Gibran” mengakibatkan pergerakan jaringan komunikasi terjadi secara spontan dan tidak terorganisir. Aktivitas perbincangan mengenai penampilan Gibran Rakabuming Raka dalam debat Cawapres pertama mencapai puncaknya pada 23 Desember 2023. Lonjakan ini terjadi akibat tingginya interaksi yang dipicu oleh respons public terhadap penampilannya. Homogenitas opini yang terjadi pada jaringan komunikasi Debat Cawapres Gibran memberikan gambaran bahwa sebagian besar aktor yang terlibat dalam jaringan pembicaraan tersebut secara mayoritas melontarkan opini terkait opini terkait performa Gibran saat debat cawapres pertama. Opini yang dominan mencakup penilaian terhadap gaya komunikasinya, cara Gibran menjawab pertanyaan, serta perbandingannya dengan kandidat lain. Hal ini menunjukkan bahwa focus diskusi di jaringan komunikasi tersebut cenderung terpusat pada Gibran, menjadikannya pusat perhatian dalam pembincangan seputar debat tersebut.

Kata Kunci: Pergerakan Opini Digital, Analisis Jaringan Sosial, Aktivisme Digital, Debat Cawapres 2024, Gibran Rakabuming Raka, *NodeXL*

ABSTRACT

The development of social media has given rise to the growth of digital activism, which is no longer limited to being a discussion forum through social media. More than that, Digital Activism is now carried out spontaneously. This new form of Digital Activism phenomenon is interpreted as Digital Movement of Opinion (DMO). One issue that has garnered significant public attention is the vice-presidential debate involving Gibran Rakabuming Raka. The low interaction among accounts in the communication network of the "Gibran Vice-Presidential Debate" has resulted in spontaneous and unorganized movement within the communication network. Discussions about Gibran Rakabuming Raka's performance in the first vice-presidential debate peaked on December 23, 2023. This surge was triggered by high levels of public interaction in response to his performance. The homogeneity of opinions within the communication network surrounding the Gibran Vice-Presidential Debate illustrates that most actors involved in the discussion predominantly expressed opinions regarding Gibran's performance during the first vice-presidential debate. The dominant opinions included evaluations of his communication style, how he answered questions, and comparisons with other candidates. This indicates that the focus of discussions within the communication network tended to center on Gibran, making him the focal point of conversations surrounding the debate.

Keywords: *Digital Movement of Opinion, Social Network Analysis, Digital Activism, Vice Presidential Candidate Debate, Gibran Rakabuming Raka, NodeXL*