


| | |
|---|--|
|  <p>ARKANA Jurnal Komunikasi dan Media</p> | <p>Link : https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana</p> <p>Volume : 04</p> <p>Nomor : 02</p> <p>Bulan : Desember</p> <p>ISSN (online) : 2962-1917</p> <p>DOI : https://doi.org/10.62022/dkm0za42</p> |
|---|--|

MERAJUT CITRA DI MEDIA SOSIAL: ANALISIS TEORI MASYARAKAT TONTONAN TERHADAP GIBRAN RAKABUMING RAKA

Rahman Malik¹
Abdillah Habibi²
Humaira Jasmine³
Karimah Kinanti Putri⁴

^{1,2,3,4}Universitas Sumatera Utara, Indonesia

Corresponding Author: rmalik20@usu.ac.id

Article History: Received:3-Agustus-2025, Revised:5-November-2025, Accepted: 7-Desember-2025

ABSTRAK

Kemenangan pasangan Prabowo-Gibran tidak terlepas dari pengaruh sosok Gibran sendiri yang disebut sebagai perwakilan anak muda. Gibran merepresentasikan dirinya sebagai sosok yang berkepribadian asik, mengikuti tren anak muda, dan sering berinteraksi dengan pengikutnya di media sosial. Tulisan ini bertujuan untuk melihat dan menganalisis bagaimana Gibran merajut citranya di media sosial melalui perspektif Teori Masyarakat Tontonan oleh Guy Debord. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan analisis isi sebagai metodenya. Pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi jejak digital akun media sosial X Gibran seperti postingan, komentar, dan interaksi yang terjadi dalam forum atau platform media sosial. Data penelitian studi literatur ini disajikan secara deskriptif. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Gibran merupakan seorang *performer* (orang yang tampil atau orang yang ditonton) yang sedang merajut citra dirinya (yang merupakan komoditas) di media-media seperti media sosial (panggung pertunjukan sang *performer*) untuk ditunjukkan kepada para *spectator* (orang yang mengikuti dan menonton sang *performer*) dirinya sehingga keduanya terikat pada relasi komoditas.

Kata kunci :

Citra Diri, Gibran, Media Sosial, Masyarakat Tontonan

ABSTRACT

The victory of the Prabowo-Gibran pair is inseparable from the influence of Gibran himself, who is referred to as a representative of young people. Gibran represents himself as a figure with a fun personality, follows youth trends, and often interacts with his followers on social media. This paper aims to look at and analyze how Gibran knits his image on social media through the perspective of Guy Debord's Spectacle Society Theory. This research is descriptive qualitative with content analysis as the method. Data collection is done by identifying the digital footprint of Gibran's X social media accounts such as posts, comments, and interactions that occur in social media forums or platforms. This literature study research data is presented descriptively. The results of this study show that Gibran is a performer (a person who performs or a person who is watched) who is knitting his self-image (which is a commodity) in media such as social media (the stage of the performer's performance) to be shown to the spectators (people who follow and watch the performer) himself so that both are bound to commodity relations.

Keywords :

Gibran, Society of Spectacle, Social Media, Self Image

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum Presiden (pilpres) pada tahun 2024 ini menjadi tontonan dan topik yang sangat hangat untuk dibicarakan oleh masyarakat Indonesia. Pilpres di tahun 2024 diramaikan oleh tiga pasangan calon kandidat yang akan menjadi presiden dan wakil presiden Indonesia lima tahun kedepannya. Tiga pasangan tersebut adalah Pasangan Anies-Muhaimin di pasangan calon nomor satu, Prabowo-Gibran di pasangan calon nomor dua, dan Ganjar-Mahfud di pasangan calon nomor tiga. Hasil penghitungan suara pada Pemilu Pilpres periode ini dimenangkan oleh pasangan nomor urut 2, yaitu Prabowo-Gibran dengan jumlah suara 96 juta atau sekitar 58 persen dari seluruh suara sah nasional (Mantalean & Setuningsih, 2024).

Kemenangan pasangan calon (paslon) nomor urut 2 Prabowo-Gibran dalam pertarungan Pilpres 2024 ini nyatanya tidak terlepas dari adanya citra dan penggunaan teknologi seperti AI (*Artificial Intelligence*) yang digunakan oleh tim sukses (timses) maupun dari paslon itu sendiri. Penggunaan AI untuk kampanye ini berhasil menarik masyarakat, terutama anak-anak muda, untuk memberikan suaranya kepada pasangan Prabowo-Gibran karena terkesan mengikuti zaman. Bahkan, PRIDE, yang merupakan relawan dari Prabowo-Gibran dalam urusan kampanye digital, berhasil memecahkan rekor MURI sebagai relawan politik pertama yang menggunakan AI untuk kampanye politik (Uzma, 2024). Tentu saja, semua hal ini dapat terjadi karena adanya sosok Gibran, yang seringkali dianggap sebagai perwakilan anak muda, sehingga relawan Prabowo-Gibran menyesuaikan strategi kampanye mereka agar dapat diterima kalangan anak muda dan meraih suara mereka.

Sosok Gibran sendiri seringkali digambarkan sebagai anak sulung dari Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo. Karir Politikanya dimulai saat ia mulai maju untuk menjadi Walikota Solo, dimana saat itu ia merupakan kader PDI-P dan berhasil menang dengan total peraihan suara 86 persen, yang kemudian membuatnya dilantik pada umur 33 tahun (Grid, 2023). Sosok Gibran yang dicitrakan sebagai perwakilan anak muda di dunia politik ini tentunya tidak terlepas dari umurnya yang masih muda saat terjun dalam dunia politik hingga berhasil menjadi Walikota Solo. Selain itu, rekam jejak digitalnya di dalam dunia digital juga merepresentasikan dirinya bahwa ia memiliki kepribadian yang asik, mengikuti tren-tren anak muda, dan sering berinteraksi dengan pengikut-pengikutnya di media sosial yang bahkan membuatnya dinobatkan sebagai cawapres dengan interaksi tertinggi di platform media sosial tersebut (Setiawan, 2024). Di beberapa kesempatan, ia akan mengikuti tren-tren yang ada pada anak-anak muda di suatu media sosial untuk menunjukkan bahwa dirinya juga bagian dari mereka. Tentu saja, citra diri ini kemudian berimbas pada peningkatan elektabilitasnya dalam dunia politik, yang terbukti terpilihnya ia sebagai Walikota Solo dan akhirnya menjadi Wakil Presiden Republik Indonesia.

Tentunya, penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang juga mengangkat topik bagaimana seorang politikus merepresentasikan dirinya di media sosial. Penelitian pertama datang dari Cindy & Sari (2019) dengan judul “Citra Diri dalam Instagram Jokowi”. Tulisan ini berasal dari Jurnal Koneksi, Vol. 3, No. 2, Desember 2019, Hal. 344-350. Penelitian ini berusaha mengeksplorasi dan mendeskripsikan bagaimana Jokowi membangun citra dirinya melalui unggahan-unggahan akun pribadinya di Media Sosial Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dan setiap datanya di analisis dengan metode triangulasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa unggahan-unggahan yang ada di Instagram Jokowi menunjukkan citra dirinya ke dalam tiga kategori, yaitu secara politis, sosial (masyarakat), dan keluarga. Pada kategori politis, beliau menunjukkan kinerja-kinerjanya selama menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia. Pada kategori sosial, beliau mengunggah dirinya yang ber-swafoto dengan masyarakat untuk menunjukkan dirinya yang terbuka terhadap masyarakat itu sendiri. Pada kategori keluarga, Unggahan-unggahan Jokowi di Instagram menunjukkan dirinya yang sedang bersama keluarganya untuk menunjukkan bahwa ia adalah sosok atau figur orang tua yang menyayangi keluarganya (Cindy & Sari, 2019). Walaupun penelitian ini mendeskripsikan bentuk citra diri yang ada di media sosial seorang politikus, penelitian ini tidak menggunakan teori apapun dalam melihat bagaimana Jokowi sebagai seorang *performer* dan masyarakat yang menontonnya sebagai *spectator* secara spesifik. Padahal, teori masyarakat tontonan yang dicetuskan oleh Debord dapat digunakan untuk menganalisis fenomena ini.

Penelitian kedua datang dari Ahmad et al (2024) dengan judul “Analisis Strategi Komunikasi Politik Ridwan Kamil di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Diri Menuju Pilgub DKI Jakarta 2024. Tulisan ini berasal dari Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora Vol: 4, No 2, Tahun 2024, Hal. 1-17. Penelitian ini mencoba mengeksplorasi bagaimana cara Ridwan Kamil menggunakan strategi komunikasi politiknya dalam membangun citra diri sebelum Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2024. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif analitis dengan studi pustaka sebagai metode pengumpulan datanya. Penelitian ini menghasilkan suatu informasi bahwa Ridwan Kamil membangun citra dirinya melalui unggahan-unggahan di Instagram pribadinya yang menunjukkan dirinya dekat dengan masyarakat dengan membangun komunikasi dua arah, menggunakan teknologi terbaru seperti AI, dan mengikuti isu-isu yang ada di wilayah tempat ia mencalonkan diri sebagai Gubernur. Penelitian ini memang menunjukkan bagaimana Ridwan Kamil membangun citra dirinya di media sosial melalui unggahan-unggahannya (Ahmad et al., 2024). Walau begitu, tidak adanya teori untuk menganalisis fenomena ini menyebabkan kurang mendalamnya hasil analisis yang diberikan oleh peneliti.

Sebenarnya, topik mengenai bagaimana seorang politikus membangun citra dirinya di media sosial dapat dianalisis dengan teori masyarakat tontonan yang dipopulerkan oleh Guy Debord. Debord memfokuskan kajiannya mengenai relasi atau interaksi antara “orang yang ditonton dengan orang yang menonton”, yang ia sebut sebagai *performer* dan *spectator* dimana keduanya terikat pada relasi komoditas (Debord, 2014). Masyarakat tontonan ini muncul karena meningkatnya perkembangan teknologi (Fauziah, 2023). Menurutny, tontonan yang ada pada masyarakat era saat ini adalah hasil imej citraan dari representasi seseorang untuk menjalin relasi komoditas dengan para penonton-penontonnya yang dikemas dan dimediasikan dengan citraan (Sofiyawati, 2022). Perspektif Debord yang melihat citra diri dan imej sebagai komoditas sangatlah sejalan dengan pandangan marxis mengenai komoditas, dimana citra diri yang dibentuk seorang *performer* memiliki nilai simbolik sebagaimana komoditas yang dijajakan oleh kapitalis (Santos, 2020). Ia juga menambahkan bahwa visual ataupun gambar yang ada di media-media berhasil memediasikan dan mengantarkan suatu realitas palsu kepada masyarakat yang menontonnya (Syafuddin, 2022). Representasi diri atau citra diri dalam media ini dapat membentuk identitas diri seseorang dalam dunia visual yang nantinya menjadi identitas diri orang tersebut di dalam kehidupannya yang asli, sehingga realitas sosial antara realitas visual dan realitas asli menjadi menyatu (Andreas, 2020). Proses pembentukan hasil imej citraan ini dapat

dimudahkan proses terjadinya karena adanya media-media yang dibentuk oleh masyarakat, contohnya media sosial (Syafuddin, 2019). Media-media tersebut merupakan panggung pertunjukan bagi sang *performer* untuk menunjukkan komoditas yang ia miliki (Mubarok, 2020). Promosi komoditas berupa citra diri dan imej seseorang gencar di tampilkan pada media-media yang dapat berbentuk acara ataupun berita-berita yang disajikan olehnya, terutama bagi politikus yang mengkampanyekan dirinya sendiri (Kustiawan dkk., 2022). Hal ini lah yang menyebabkan masyarakat menjadi fetisisme terhadap komoditas. Fetisisme komoditas merupakan keadaan dimana komoditas menjadi hal yang terutama sehingga hal yang melatarbelakangi terbentuknya komoditas tersebut seperti hubungan sosial tidak lagi menjadi prioritas dan kabur (Fauziah & Setyanto, 2022). Perlu dipahami bahwa salah satu komoditas yang ditampilkan dalam media adalah citra diri dan imej seseorang.

Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa politikus memang menggunakan media sosial untuk citra diri dan representasi diri mereka. Dalam hal ini, penulis merasa bahwa seluruh skenario politik Gibran dalam pembentukan citranya di media sosial sangatlah menarik untuk dibahas, terutama bagaimana citra diri yang ia bangun dalam membentuk identitas dirinya sebagai hasil representasi dirinya di media sosial itu sendiri. Hal inilah yang menarik penulis untuk membuat jurnal ini untuk menganalisis bagaimana Gibran merajut citra dirinya dalam media sosial dengan menggunakan Teori Masyarakat Tontonan yang dicetuskan oleh Guy Debord. Untuk itu, tulisan ini akan berfokus pada tujuan penulisan tulisan ini, yaitu bagaimana Gibran sebagai *performer* merajut citra dirinya sehingga berhasil dalam karir perpolitikannya. Penulis berharap bahwa tulisan ini dapat memberikan sumbangsih berupa informasi-informasi untuk perkembangan ilmu sosiologi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif sebagai metodenya. Metode analisis isi kualitatif dimaksudkan untuk menganalisis fenomena yang ada di media sosial (Dyah Lestari et al., 2024; Nafsyah et al., 2022). Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana Gibran membentuk dan memanipulasi citra dirinya sebagai seorang tokoh publik melalui perspektif teori "Masyarakat Tontonan" yang dikemukakan oleh Guy Debord. Subjek penelitian ini adalah akun media sosial X dari Gibran itu sendiri. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui unggahan-unggahan media sosial Gibran, termasuk foto, gambar, postingan, komentar, dan interaksi yang terjadi di berbagai platform media sosial. Penelitian ini menggunakan media sosial X sebagai lokasi pengumpulan datanya. Diambilnya data-data ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana Gibran memanfaatkan media sosial untuk menciptakan dan mengelola citra dirinya, khususnya dalam konteks pencitraan politik. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan literatur-literatur terdahulu untuk memperkuat analisis dan sebagai data sekundernya. Alat yang digunakan selama pengumpulan data ini adalah gawai berupa *handphone* dan laptop pribadi penulis.

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif, yang merupakan pendekatan umum dalam penelitian kualitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles & Huberman, yaitu mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan (Zulfirman, 2022). Dalam kegiatan reduksi data, penulis menyeleksi dan membuang data-data yang sekiranya tidak relevan setelah mengumpulkan data dengan apa yang ingin diteliti oleh penulis. Dalam menyajikan data, penulis mendeskripsikan data-data yang telah disusun dan menyajikannya dalam

bentuk deskriptif. Pada penarikan kesimpulan, penulis menarik intisari dari hasil penemuan dan analisis penulis dengan teori yang diangkat dan data yang telah disajikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dilansir dari *website bbc*, Gibran lahir di Surakarta pada 1 Oktober 1987 dan merupakan putra sulung Presiden Republik Indonesia, yaitu Jokowi dan Ibu Negara Iriana. Awalnya, Gibran dikenal sebagai entrepreneur sebelum terjun ke dunia politik. Beberapa bisnis yang dijalankannya antara lain bisnis catering Chilli Pari, berjualan martabak Markobar, juga aplikasi kuliner Goola dan aplikasi pencari kerja Kerjaholic. Terjunnya ia ke dunia perpolitikan Indonesia dimulai saat dirinya ingin mengikuti Pilkada Surakarta di tahun 2020 (Fathoni, 2024). Akhirnya, Pada tahun 2020 Gibran, setelah bergabung dengan PDI-Perjuangan di tahun 2019, memantapkan diri untuk maju sebagai Calon Walikota Surakarta. Ia pada akhirnya berhasil memenangkan pilkada tersebut dengan perolehan suara mencapai 86,53 persen (Zamani & Arief, 2020). Dengan demikian, ia akhirnya resmi dilantik menjadi Walikota Surakarta pada tahun 2021.

Karir politiknya juga sampai pada titik puncaknya dimana Gibran, bersama Prabowo Subianto Djojohadikusumo, maju dalam pertarungan Pilpres 2024 (BBC, 2024). Hal ini dimulai saat Prabowo mengumumkan Gibran sebagai wakilnya yang akan maju di kontes Pemilihan Presiden 2024. Kemudian, berbagai partai seperti Partai Golkar misalnya, mulai menunjukkan dukungannya dengan mengusung Gibran untuk maju sebagai bakal calon wakil presiden mendampingi Prabowo Subianto di kontes Pemilihan Presiden 2024 (Zamani & Arief, 2020). Pasangan Prabowo-Gibran berhasil memenangkan pemilihan presiden 2024 dengan perolehan suara 58.59 persen (Mantalean & Setuningsih, 2024). Gibran terbukti menjadi politikus muda yang sangat sukses meskipun banyak kontroversi-kontroversi yang beredar disekitar dirinya.

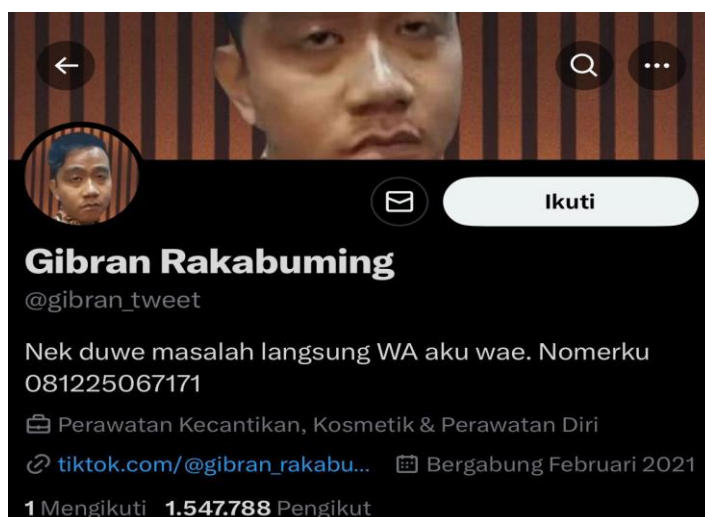
Sebagai politikus muda, Gibran sangat amat memperhatikan dan mengatur interaksinya di dunia online. Interaksi Online adalah bentuk interaksi yang terjadi melalui internet. Dalam interaksi online, pengguna dapat berkomunikasi dengan orang lain melalui berbagai cara, seperti chat, pesan singkat, video call, dan masih banyak lagi. Melalui interaksi online, orang dapat berbagi informasi, pemikiran, dan pendapat mereka dengan cepat dan mudah. Interaksi ini dapat terjadi secara langsung atau melalui platform media sosial (Sunardi, 2023).

Interaksi online dapat dilakukan melalui media sosial. Media sosial merupakan suatu wadah yang memberikan akses dan fitur kepada para penggunanya untuk saling berinteraksi, bertukar informasi, berekspresi secara bebas, dan bahkan membangun relasi bisnis didalamnya secara online (Adilia dkk., 2024). Media sosial memiliki berbagai fitur didalamnya, seperti berbagi gambar dan video, menelpon, panggilan video (video call), membuat utas, dan masih banyak lagi (Liedfray dk., 2022). Dengan fitur-fitur tersebut, media sosial seringkali digunakan oleh masyarakat luas untuk menunjukkan dan menampilkan diri mereka di media sosial tersebut. Penampilan diri di melalui postingan-postingan di media sosial ini nantinya akan berubah menjadi citra diri secara visual yang di tunjukkan oleh pengguna media sosial itu sendiri (Aulia dkk., 2024). Misalnya, jika seseorang ingin menunjukkan citra dirinya sebagai peminat buku, maka di media sosial, ia akan memposting atau mengunggah berbagai hal mengenai buku sehingga orang-orang yang melihatnya akan beranggapan bahwa si pengunggah memanglah seorang peminat buku. Disini lah peran media sosial menjadi krusial bagi pembentukan citra diri penggunanya. Tentu saja, hal ini juga dimanfaatkan oleh Gibran

yang sering dianggap dan dicitrakan di media sosial sebagai perwakilan anak muda di dunia perpolitikan Indonesia yang dapat dilihat dari interaksinya di media sosial pribadinya.

Dengan citranya sebagai perwakilan anak muda di dunia perpolitikan Indonesia, tak jarang perilaku Gibran menjadi sorotan publik karena pola interaksinya yang terlihat ‘tidak biasa’ untuk seorang politikus. Hal ini dapat kita lihat dari cuitan-cuitan Gibran di akun Twitternya. Banyak dari politikus Indonesia yang menggunakan media platform Twitter sebagai sarana untuk lebih ‘dekat’ dengan masyarakat khususnya para generasi muda, tak terkecuali Gibran. Tetapi ada ‘sesuatu’ yang membuat Gibran sedikit berbeda dari para politikus lainnya, yaitu humor. Gibran sangat amat mengikuti perkembangan humor para pengguna Twitter dan tak jarang pula bagi Gibran untuk saling membalas ulasan twitter dengan menggunakan *meme*. Penggunaan *meme* pada saat berinteraksi online bukanlah suatu hal yang baru bagi pengguna media sosial, tetapi untuk melihat seorang politikus dan juga wakil presiden Republik Indonesia menggunakan *meme* untuk berinteraksi bersama waraganya di media online merupakan suatu pemandangan yang unik untuk dilihat.

Gambar 1. Profil Akun X Gibran di Tahun 2024



Sumber: Akun X Gibran

Apabila kita mencari akun Gibran di platform media Twitter (dikenal juga sebagai X), hal pertama yang akan kita lihat adalah foto profil nya yang ‘unik’ dan sangat berbeda dari politikus-politikus lainnya. Foto profil yang Gibran gunakan merupakan wajahnya sendiri yang telah di edit dengan format bentuk *meme*. Tak hanya foto profil nya saja, Bio X akun Gibran juga mencerminkan humornya. Bio pada X adalah bagian dari profil X tempat dimana kita dapat berbagi informasi tentang diri kita, seperti pekerjaan, minat, dan hobi. Dapat juga dikatakan bahwa Bio di X merupakan sebuah ringkasan singkat mengenai profil Anda di Twitter. Biasanya pada bagian Bio X politikus atau *publik figure* lainnya, mereka akan mencantumkan quotes, prestasi, dan capaian mereka lainnya sebagai bentuk personal branding mereka di Twitter. Tetapi apabila kita melihat Bio Twitter Gibran, ia menuliskan “Nak duwe masalah langsung WA aku wae, Nomerku 081225067171” dengan mencantumkan nomor WhatsApp nya secara langsung, ini mencerminkan bahwa seolah-olah Gibran sangat siap untuk menerima keluhan masyarakat dan akan langsung turun tangan secara *personal* untuk membantu mengatasi keluhan-keluhan yang ada.

Hal ni sempat menjadi masalah karena Gibran mengungkapkan bahwa ia menerima banyak *complain* dari masyarakat. Pola interaksi online yang dilakukan Gibran sangat menonjolkan dirinya yang berjiwa muda dan masih membaur bersama generasi muda dan siap untuk membantu secara langsung permasalahan-permasalahan yang dikeluhkan masyarakat melalui cuitan-cuitannya yang mengundang berbagai macam respon dari pengguna X lainnya.

Gambar 2. Respon Gibran Terhadap Pengguna X lainnya



Sumber: Akun X Gibran

Contoh Interaksi yang dilakukan oleh Gibran dengan pengikut media sosialnya terlihat pada tanggal 16/02/2024, dimana salah satu pengguna X meminta Gibran untuk menggunakan foto dengan wajah yang tidak ‘ngeselin’ untuk foto yang akan dipajang di kantor dan sekolah-sekolah ketika ia sudah menjadi wakil presiden Indonesia kelak dan Gibran membalas X tersebut dengan mencantumkan foto wajahnya yang berbentuk *meme* dengan caption “Ini aja ya” yang pada akhirnya foto tersebut ia jadikan sebagai foto profile utama akun X nya. Dengan respon yang demikian, banyak dari warga pengguna twitter yang terhibur dengan gurauan dan humor yang Gibran punya. Gibran juga sering memposting cuitan dengan emoji-emoji yang sering digunakan oleh generasi muda dan sulit dimengerti oleh para generasi tua, dimana emoji-emoji ini merepresentasikan makna-makna humor tertentu yang hanya diketahui oleh generasi muda dan pengguna X lainnya.

Gambar 3. Foto Profil Gibran di X Yang Menggunakan AI



Sumber: Akun X Gibran

Namun, tidak jarang juga cuitan Gibran di twitter membawa malapetaka bagi dirinya. Seperti pada cuitannya di twitter di tanggal 25/01/2024 dimana ia mengganti foto profile akun twitternya dengan foto hasil buatan AI (Artificial Intelligence) dengan gaya gimmick nya pada saat debat Cawapres kedua yang membuatnya viral di kalangan masyarakat dan dimedia sosial. Cuitannya ini menerima banyak respond negative, terutama dari kalangan senimar Indonesia yang sangat menolak adanya keterlibatan AI dalam pembuatan karya seni, dan menurut mereka penggunaan AI yang digunakan Gibran sebagai calon wakil presiden merupakan tindakan yang kurang etis dan seperti tidak menghargai dan mengapresiasi para ilustrator anak bangsa.

Gambar 4. Respon Gibran Terhadap Pengguna Lainnya



Sumber: Akun X Gibran

Terlihat pada cuitan yang di posting Gibran pada 16/03/24 pada saat ia kembali ditegur karena terus menerus mengunggah sebuah postingan atau cuitan X dengan menggunakan gambar hasil generasi AI, Gibran kembali menggunakan *template* permintaan maaf nya “Ya Pak. Maaf saya salah” dengan menggunakan emoji yang sering sekali dipakai generasi muda untuk mengutarakan permintaan maaf di internet khususnya di X tanpa ada keberlanjutan mengapa ia tetap menggunakan gambar atau ilustrasi yang dibuat oleh AI secara terus menerus.

Gambar 5. Unggahan Gibran di Akun X-nya



Sumber: Akun X Gibran

Pada 23 Maret 2024, Gibran membagikan sebuah foto candid di media sosial X nya yang menarik perhatian banyak orang. Dalam foto tersebut, Gibran tampak tersenyum di samping Prabowo, yang sedang memeluk seseorang dengan hangat, disertai caption "pegang piring" diikuti oleh emoji senyum dengan hati. Postingan yang tidak konvensional ini memicu gelombang reaksi dari para pengguna X.

Patut dicatat bahwa dalam politik Indonesia, sudah menjadi kebiasaan bagi para politisi untuk menampilkan diri secara formal dan serius di media sosial. Namun, postingan Gibran ini menyimpang dari norma tersebut. Alih-alih hanya berfokus pada dirinya sendiri, postingan Gibran menangkap momen santai bersama Prabowo, di mana Prabowo sedang memeluk seseorang, sementara Gibran berdiri di sampingnya dengan senyum. Penyimpangan dari potret politisi yang biasanya serius dan kaku di media sosial ini mendapat respons positif dari banyak netizen, yang merasa postingan Gibran lebih mudah diterima dan menghibur. Sifat postingan yang tidak terduga dan penuh keceriaan ini membuatnya berbeda dari konten politik yang biasa dilihat di dunia media sosial. Akibatnya, postingan tersebut mendapatkan perhatian dan keterlibatan yang signifikan, dengan banyak pengguna yang mengapresiasi keaslian dan humor yang disuntikkan Gibran ke dalam lanskap politik melalui pendekatan media sosialnya yang tidak biasa.

Mulai dari Foto Profil, Bio akun hingga cuitan-cuitan yang Gibran unggah di akun twitternya membuatnya dipandang sebagai seorang politikus yang ramah, berjiwa muda dan tidak anti kritik. Hal ini sangat membantu *branding* Gibran sebagai politikus dan perwakilan anak muda untuk semakin mengambil hati para generasi muda untuk kepentingan politiknya. Masih banyak dari generasi muda yang belum paham betul akan bagaimana sebenarnya Gibran sebagai seorang politikus, tetapi dengan menggunakan sosial media seperti Twitter untuk membangun personal branding sebagai perwakilan anak muda Indonesia yang santai dan tidak anti kritik.

Seluruh aksi merajut citra diri di media sosial ini sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Guy Debord mengenai teorinya yaitu Masyarakat Tontonan (*The Society of The Spectacle*) yang telah dijelaskan di bagian pendahuluan. Dengan melesatnya perkembangan teknologi, manusia berhasil menciptakan media-media sosial sehingga penciptaan citra diri saat ini sangatlah mudah. Seseorang hanya perlu menunjukkan apa yang ia inginkan orang lain untuk dilihat di media-media sosial. Dengan dimudahkannya proses tersebut, pertunjukan citra diri di media-media sosial menjadi strategi yang sering digunakan untuk mendapatkan popularitas di tengah masyarakat. Tentu saja, pertunjukan citra ini memiliki banyak manfaat bagi sang *performer*, terutama bagi mereka yang sedang membangun citra dirinya untuk ditunjukkan pada masyarakat luas. Tentunya, citra diri dapat dibangun di media-media masyarakat, seperti media-media sosial. Citra diri ini seringkali dibangun oleh pihak tertentu untuk mencapai tujuannya, misalnya tujuan politik. Seorang politikus akan berusaha untuk menunjukkan citra dirinya sebagai *performer* di berbagai media-media. Misalnya, media sosial seperti twitter yang sekarang disebut X, seringkali digunakan untuk membangun citra diri mereka dengan membagikan kegiatan-kegiatan ataupun interaksi yang sekiranya dapat membentuk identitas sang politikus di masyarakat luas (Ramadani & Hilmiyah, 2019). Presiden Jokowi misalnya, dapat dikenal sebagai presiden yang merakyat, berasal dari masyarakat sipil, suka blusukan dan tampilannya yang sederhana juga tidak dapat lepas dari peran media di dalamnya (Qorib & Waru, 2022).

Contoh lain yang dapat kita saksikan adalah Ridwan Kamil yang merupakan mantan Gubernur Jawa Barat. Ridwan Kamil berhasil menciptakan citra dirinya melalui media sosial. Melalui media sosial, ia menunjukkan berbagai hal, seperti bagaimana ia

memimpin Jawa Barat, interaksinya dengan para pengikutnya yang seringkali saling bercanda, prestasi dalam pekerjaan dan pendidikan yang saat itu ia jalani, dan bahkan menunjukkan kepribadian dirinya sebagai seorang pria yang sangat hangat dan dekat dengan keluarganya (Qurotul Putri Riyadi dkk., 2024). Semua hal yang dilakukan oleh Ridwan Kamil tentunya merupakan usahanya sebagai *performer* untuk membentuk citra dan imej dirinya ke dalam masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui bagaimana sosok yang ingin ia tampilkan kepada mereka. Dalam perspektif masyarakat tontonan Guy Debord, dapat dikatakan bahwa Ridwan Kamil selaku *Performer* berhasil merepresentasikan dan membentuk citra dirinya sebagai komoditas politik yang nantinya dikonsumsi oleh masyarakat yang merupakan *spectator* dirinya melalui media-media sosial. Terbukti, pembentukan citra dirinya ini berimbas pada peningkatan elektabilitasnya dalam kontes politik untuk maju sebagai Cagub DKI Jakarta di Pilkada serentak yang akan dilaksanakan di tahun 2024 (Cahya & Farisa, 2024).

Situasi yang serupa juga terjadi pada Gibran. Gibran juga telah menjadi *spectacle* (tontonan) masyarakat itu sendiri. Seringkali situasi tontonan Gibran ini terjadi karena dibuat oleh dirinya sendiri, seperti yang sudah dideskripsikan sebelumnya dimana ia membentuk citra dirinya di media sosial sebagai “perwakilan anak muda yang asik dan tidak baperan dalam dunia politik”. Hal ini berhasil ia tunjukkan di berbagai media sosial pribadinya, seperti twitter. Misalnya, seperti yang dideskripsikan sebelumnya, ketika ada orang yang cenderung mengkritik dirinya, ia hanya akan menjawabnya dengan “ya pak, maaf saya salah”. Selain itu, kita juga bisa lihat di bagian deskripsi sebelumnya, dimana Gibran terlihat memasang foto profil yang terkesan lucu di media sosial twiternya. Akibat perilakunya itu, seringkali Gibran akan muncul di topik trending media-media Indonesia. Semua hal ini, tentunya ia lakukan untuk merajut citra dirinya sebagai “perwakilan anak muda yang asik dan tidak baperan dalam dunia politik”. Pada akhirnya, merajut citra ini ia lakukan untuk imej dirinya dan demi kelancaran proses dunia perpolitikan dirinya itu sendiri.

Jika dilihat dari teori masyarakat tontonan Debord, Gibran merupakan seorang *performer* yang sedang menampilkan dan merepresentasikan imej serta citra dirinya yang merupakan komoditasnya kedalam suatu panggung (dalam hal ini media sosial) untuk mendapatkan suara dan dukungan dari *spectator* yang menonton dirinya. Dalam hal ini, *spectator* dirinya adalah masyarakat luas yang mengikuti akun media sosial dirinya. *Spectator* yang menonton dirinya itu pada akhirnya menjadi terkena dampak “fetisisme komoditas”, dimana mereka menonton dan mendukung Gibran karena menyukai imej dan penampilannya yang merupakan komoditas Gibran itu sendiri di media sosial (panggung) tanpa memikirkan latar belakang mengapa Gibran berbuat seperti itu. Hal ini juga menegaskan bahwa sebagaimana Jokowi dan Ridwan Kamil, representasi diri Gibran dalam dunia visual di berbagai media-media berhasil meleburkan identitas visual dengan identitas asli Gibran dalam kaca mata para *spectator* dirinya sehingga mereka menganggap apa yang ditunjukkan Gibran dalam penampilannya di media-media visual adalah Gibran itu sendiri dalam kehidupan nyata. Penggunaan AI untuk kampanye dan interaksi dengan pengikutnya di media sosial juga membuat Gibran dengan strateginya itu berhasil merajut citra dirinya sebagai *performer* yang sukses di media sosial yang mampu meraih suara *spectator* dirinya yang besar dalam Pilpres 2024.

PENUTUP

Kesimpulan

Gibran merupakan salah seorang politikus yang seringkali dianggap sebagai perwakilan dari anak muda dalam dunia perpolitikan Indonesia. Ia merupakan anak dari pasangan Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo dengan Ibu Negara Iriana. Gibran memulai karir politiknya dengan bergabungnya ia ke Partai PDI-P dan terpilihnya beliau sebagai Walikota Solo dan akhirnya Wakil Presiden Republik Indonesia. Kesuksesan Gibran dalam terpilihnya ia menjadi Walikota Solo ataupun Wakil Presiden Republik Indonesia tidak terlepas dari usahanya dalam merajut citra dirinya sebagai perwakilan anak muda dalam politik yang berkarakter asik, tidak mudah sakit hati dan lucu. Hal ini dilakukannya dengan mengikuti tren yang sedang populer seperti menggunakan AI dan berinteraksi dengan para pengikutnya di media sosial. Jika dianalisis dengan teori masyarakat tontonan Guy Debord, Gibran merupakan seorang *performer* (orang yang tampil atau orang yang ditonton) yang sedang merajut citra dirinya (yang merupakan komoditas) di media-media seperti media sosial (panggung pertunjukan sang *performer*) untuk ditunjukkan kepada para *spectator* (orang yang mengikuti dan menonton sang *performer*) dirinya sehingga keduanya terikat pada relasi komoditas. Gibran terbukti sukses sebagai *performer* karena berhasil merajut citra dirinya sebagai *performer* yang sukses di media sosial karena mampu meraih suara *spectator* dirinya yang besar dalam Pilpres 2024.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah dilakukannya penelitian-penelitian yang lebih mendalam kepada para peneliti selanjutnya mengenai bagaimana para politikus membangun citra dirinya di media sosial. Hal ini agar masyarakat menjadi tahu bagaimana strategi yang dilakukan oleh para politikus untuk mendapatkan suara itu sendiri. Masyarakat yang tidak acuh pada hal-hal politis akan membuat proses demokrasi negeri ini semakin baik dari waktu ke waktu. Penggunaan media sosial yang berbeda ataupun teori yang berbeda juga didukung oleh penulis itu sendiri, mengingat penelitian ini hanya berkisar pada satu tokoh dan satu teori saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., Pohan, K., Alfira, S., Aufia, K., Paripurna, C., & Aji, M. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Politik Ridwan Kamil di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Diri Menuju PILGUB DKI Jakarta 2024. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(2), 17. <https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1992>
- Andreas, R. (2020). Instagram Dalam Perspektif Masyarakat Tontonan “Gejayan Memanggil.” *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.38043/jids.v4i1.2259>
- Cindy, & Sari, W. P. (2019). Citra Diri dalam Instagram Jokowi. *Koneksi*, 3(2), 344. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i2.6380>
- Debord, G. (2014). The society of the spectacle (K. Knabb, trans.). In *Bureau of Public Secrets*.
- Dyah Lestari, N., Ayu Indahsari, D., Aji Ramadhan, I., Rica Khasanah, A., Zhurifa, A., & Gita Sukmono, F. G. S. (2024). Analisis Isi Konten Komersialisasi Kidfluencers pada Akun TikTok @abe_daily. *Jurnal Audiens*, 5(2), 318–333. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i2.370>
- Fauziah, N. (2023). Flexing Dalam Masyarakat Tontonan: Dari Tabu Menjadi Sebuah

- Strategi. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 4(1), 62–76.
<https://doi.org/10.54895/jkb.v4i1.2024>
- Fauziah, N., & Setyanto, A. E. (2022). Perempuan dan Fetisisme Komoditas. *Jurnal Kommas*, 1–19.
- Grid. (2023). *Sepak Terjang Gibran Rakabuming Raka di Dunia Politik, Putra Presiden Jokowi yang Kini Resmi Jadi Cawapres Prabowo Subianto*. Grid.
<https://www.grid.id/read/043924687/sepak-terjang-gibran-rakabuming-raka-di-dunia-politik-putra-presiden-jokowi-yang-kini-resmi-jadi-cawapres-prabowo-subianto?page=all>
- Kustiawan, W., Tampubolon, R. S. B., Hermaya, A. P., & Herwin. (2022). Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1795–1803. <https://doi.org/10.55745/jpp.v2i1.17>
- Mantalean, V., & Setuningsih, N. (2024). *Prabowo-Gibran Ditetapkan sebagai Pemenang Pilpres 2024*. Kompas.
<https://nasional.kompas.com/read/2024/03/20/22233821/prabowo-gibran-ditetapkan-sebagai-pemenang-pilpres-2024>
- Mubarok. (2020). Korupsi Dalam Masyarakat Tontonan. *Unisulla*, 1–7.
- Nafsyah, A. S., Maulidiah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1.
<https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>
- Santos, E. A. (2020). The Society of the Spectacle and the Society of Control. *International Journal of Arts and Social Science*, 3(1), 1–12. www.ijassjournal.com
- Setiawan, A. (2024). *Gibran, Cawapres dengan Interaksi Tertinggi di Media dan Seluruh Media Sosial*. Viva. <https://www.viva.co.id/berita/politik/1680703-gibran-cawapres-dengan-interaksi-tertinggi-di-media-dan-seluruh-media-sosial>
- Sofiyawati, N. (2022). Relasi Keintiman pada Media Luar Ruang sebagai Komoditas Masyarakat Tontonan. *Nirmana*, 22(2), 96–106.
<https://doi.org/10.9744/nirmana.22.2.96-106>
- Syafuddin, K. (2019). Komodifikasi Demo Tolak RKUHP Dan Revisi UU KPK Oleh Media Online Dalam Perspektif Society Of Spectacle. *Komuniti*, 11(2), 119–131.
- Syafuddin, K. (2022). *Pemanfaatan Masyarakat Tontonan Sebagai Aktor*. 1(April), 64–75.
- Uzma, H. N. (2024). *PRIDE Pecahkan Rekor MURI sebagai Relawan Politik Pertama yang Gunakan AI*. Detik. <https://news.detik.com/pemilu/d-7119505/pride-pecahkan-rekor-muri-sebagai-relawan-politik-pertama-yang-gunakan-ai>
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di MAN 1 Medan. *JPP: Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengejaran*, 3(2), 6117–6124.