

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media sosial telah mengubah cara opini publik yang terbentuk serta diekspresikan dalam konteks isu sosial atau isu politik. Ruang digital tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi politik, tetapi juga arena kontestasi citra di mana figur politik dinilai, didukung, maupun dikritik oleh publik (Susanto, 2017). Dalam konteks politik digital, citra politik tidak lagi sepenuhnya dibangun melalui media arus utama atau komunikasi formal, melainkan melalui interaksi langsung antara figur politik dan netizen.

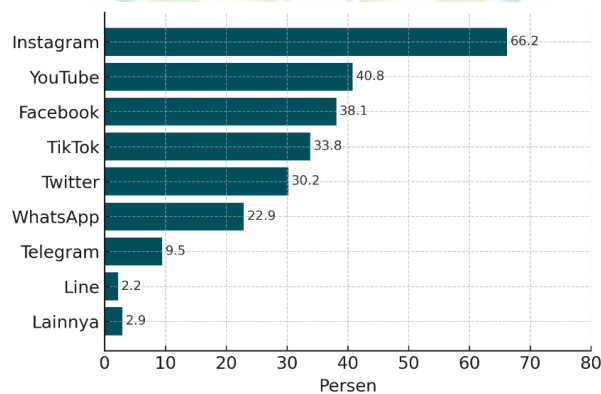
Citra politik telah menjadi hal yang fundamen dalam komunikasi politik serta dapat menentukan keberhasilan seorang figur dalam memperoleh dukungan dari khalayak. Politisi tidak lagi hanya bertindak sebagai juru bicara partai politik, tetapi juga harus mewujudkan figur yang dilakukan dengan personal branding (Muchtar, 2016). Di Indonesia, dengan pengguna internet yang mencapai 78,19% dari total populasi pada tahun 2023, menjadi arena pembentukan citra politik yang bergeser dari ruang fisik menuju ruang digital yang lebih partisipatif (Hanifa, 2024). Angka ini menandakan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia, memiliki akses terhadap informasi digital yang dapat berpotensi menjadi bagian dari diskursus politik secara online.

Media sosial tidak hanya menjadi sarana menyampaikan pesan secara digital, namun dapat melibatkan komunikasi aktif antara masyarakat dengan pemangku kebijakan, di mana masyarakat dapat membuka ruang diskusi sebagai bentuk aspirasi. Media sosial pun dapat memfasilitasi komunikasi dua arah dan memungkinkan interaksi antara publik dan aktor politik (Noorikhshan et al., 2023). Demokratisasi komunikasi ini mengubah relasi kekuasaan yang sebelumnya cenderung hierarkis menjadi lebih horizontal. Masyarakat hari ini tidak lagi sekadar menjadi objek pasif dari komunikasi politik, melainkan menjadi subjek aktif yang

mampu memproduksi, mendistribusikan, dan merespons narasi politik secara mandiri (Heryanto, 2018).

Twitter yang hari ini bertransformasi menjadi X, menjadi medium komunikasi politik baru. X menjadi salah satu platform media sosial yang mempunyai karakteristik sendiri, mengutip Yang (2016) bahwa X menjadi ruang diskusi publik yang bersifat *realtime* serta tekstual, yang dapat memungkinkan masyarakat, jurnalis maupun aktor politik untuk merespons sebuah isu secara tepat waktu. Tak hanya itu, X dapat mengukur sentimen publik melalui cuitan, komentar maupun retweet.

Tabel 1. 2 Tabel Grafik Penggunaan Media Sosial untuk mengakses informasi politik



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Berdasarkan hasil survei katadata.com penggunaan media sosial untuk akses informasi politik di Indonesia tahun 2024, platform yang paling banyak digunakan adalah Instagram (66,2%), diikuti oleh YouTube (40,8%), Facebook (38,1%), TikTok (33,8%), dan X dengan persentase 30,2%. Walaupun persentase pengguna X lebih rendah dibandingkan platform lain, karakteristiknya yang bersifat terbuka, real-time, dan berbasis teks menjadikannya wadah utama bagi masyarakat untuk mengekspresikan pendapat politik serta berpartisipasi dalam wacana publik.

Menurut We Are Social, pengguna X aktif di Indonesia mencapai 25,6 juta pengguna, Indonesia mempunyai pengguna X terbanyak kelima di dunia, yang menjadikan X memainkan peranan signifikan dalam ruang digital di Indonesia, khususnya untuk kampanye politik (Wildanu et al., 2024). Menurut Maharani (2024) X bukan hanya sebagai sarana hiburan semata, namun digunakan juga sebagai sarana komunikasi serta memperoleh informasi politik. Dengan menggunakan fitur komentar, pengguna dapat mengomentari informasi, pun dengan fitur *tweet*, pengguna dapat memposting pesan singkat. Hal ini menunjukkan bahwa Twitter mempunyai jangkauan yang luas, serta dapat menjadikan pilihan yang efektif untuk pemasaran maupun melakukan aspirasi (Muqsith, 2022).

Studi pemanfaatan media sosial sebagai komunikasi politik yang paling signifikan dapat dilihat pada pemilihan Presiden Amerika Serikat. Media sosial yang berkembang mulai tahun 2006 telah digunakan sebagai sarana komunikasi publik oleh Presiden Barack Obama melalui Twitter. Presiden Donald Trump setelah Obama juga menggunakan Twitter sejak tahun 2009. Sejak 4 Mei 2009 sampai 26 Oktober 2020 sudah 45.000 cuitan yang ia kirimkan. Tiga tagar yang paling banyak digunakan ialah #Trump2016, #makeamericagreatagain dan #MAGA (Krisdamarjati, 2020).

Di Indonesia sendiri, pemanfaatan media sosial dalam kontestasi politik juga menunjukkan pola serupa, di mana tim kampanye dan konsultan politik menggunakan jaringan buzzer serta cyber troops untuk memengaruhi percakapan publik secara terkoordinasi. Penelitian Wijayanto (2024) menemukan bahwa operasi siber dalam Pemilu dan Pilkada dijalankan melalui ribuan akun anonim yang bertugas memperkuat narasi tertentu, menyerang lawan politik, menyebarkan tagar partisan, hingga melakukan segmentasi pesan untuk memengaruhi persepsi pemilih secara digital. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi biasa, tetapi telah menjadi instrumen strategis yang dapat mempengaruhi hasil pemilihan umum melalui konstruksi opini publik dan pembentukan citra politik.

Fenomena X sebagai arena politik dapat dilihat dari berbagai momen penting dalam sejarah politik Indonesia kontemporer. Pada Pemilihan Presiden 2014, X menjadi medan pertempuran narasi antara pendukung Jokowi dan Prabowo, dengan berbagai *hashtag* seperti #SalamDuaJari dan #IndonesiaMenang menjadi viral. Begitu pula pada Pemilihan Presiden 2019, di mana polarisasi politik sangat terasa di X, dengan berbagai akun politik, buzzer, dan masyarakat umum saling beradu argumen (Ramadani & Hilmiyah, 2019). Pada Pemilihan Presiden 2024, X kembali menjadi platform penting untuk kampanye digital, di mana kandidat dan pendukungnya berlomba-lomba membangun narasi dan meraih simpati publik.

Studi yang dilakukan oleh Bode (2014) menunjukkan bahwa pengguna X cenderung lebih aktif dalam menyuarakan isu politik serta berpengaruh terhadap partisipasi politiknya. Mereka tidak hanya mengonsumsi informasi politik, tetapi juga aktif berdiskusi, berdebat, dengan tema politik melalui platform ini. Dari berbagai platform yang digunakan masyarakat, X mempunyai simbol sebagai ruang diskusi publik yang dinamis. Sifat *tweet* yang *real-time* serta berbasis teks, memfasilitasi wacana politik secara langsung, serta memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan baik berpendapat, mendukung, dan mengkritik peristiwa politik (Garimella et al., 2016). *Trending topics* di X pun kerap menjadi barometer isu sosial maupun isu politik yang sedang ramai dan hangat diperbincangkan masyarakat. Di tengah derasnya arus informasi, X menjadi medium di mana citra politik figur publik dapat terbentuk, dipertahankan, atau bahkan diperdebatkan secara terbuka (Ramadani & Hilmiyah, 2019).

Penelitian Amri (2024) menjelaskan bahwa citra politik yang terbentuk di X mempunyai beberapa karakteristik yang berbeda dari citra yang terbentuk di media konvensional, citra di X cenderung lebih dinamis dan cepat berubah, mengikuti perkembangan isu serta sentimen publik yang fluktuatif serta pengguna X lebih partisipatif, di mana publik menjadi kontributor aktif dalam pembentukan citra.

Pels & Corner (2003) di dalam bukunya *Media and the Restyling of Politics* menjelaskan bahwa politik pencitraan bukan fenomena baru, tetapi telah menjadi bagian dari politik sejak lama. Yang berubah ialah media dan teknik yang digunakan untuk membangun citra itu sendiri. Di era televisi, politisi harus menguasai kemampuan berbicara di depan kamera dan membangun persona yang menarik secara visual. Pun hari ini di era media sosial, politisi harus ampu membangun *personal branding* otentik serta relate dengan trend, serta mampu berkomunikasi dengan khalayak internet.

Menurut Lutrell (dalam Putri & Azeharie, 2021) strategi *personal branding* yang efektif di media sosial dibutuhkan untuk memastikan setiap aktivitas komunikasi memiliki makna serta tujuan yang jelas, sehingga citra yang dibangun menjadi lebih kuat dan orisinil. Namun, *personal branding* yang bertumpu di media sosial juga mempunyai kekurangan, ketika politisi hanya bertumpu pada hal yang berbau trending dan viral, mereka dapat terlihat pragmatis dan oportunistik dimata publik. Serta kesalahan kecil pun dengan cepat dapat menyebar, yang secara cepat merusak citra maupun reputasi yang dibangun.

Salah satu figur politik yang menarik untuk dikaji dalam konteks ini adalah Dedi Mulyadi. Tokoh asal Purwakarta, Jawa Barat, ini dikenal sebagai politisi dengan gaya komunikasi yang unik dan kerap menampilkan kedekatan dengan nilai-nilai budaya Sunda. Dalam kariernya, Dedi Mulyadi telah menjabat sebagai Bupati Purwakarta dua periode (2008–2018) dan hari ini beliau menjabat sebagai Gubernur Jawa Barat. Selain dikenal karena kebijakan daerah yang berorientasi budaya, ia juga aktif membangun citra politik melalui media sosial. Selain dikenal karena kebijakannya yang berorientasi budaya dan ia juga aktif membangun citra politik melalui media sosial. Aktivitas Dedi Mulyadi di media sosial tergolong intens dan terstruktur. Ia menggunakan berbagai platform seperti YouTube, Instagram, dan X untuk menampilkan persona politik yang merakyat, humanis, serta berorientasi pada nilai-nilai tradisional.

Gambar 1. 1 Unggahan Akun X Kang Dedi Mulyadi



Sumber : <https://x.com/DediMulyadi71>

Aktivitas Dedi Mulyadi di media sosial tergolong intens dan terstruktur. Ia menggunakan berbagai platform seperti YouTube, Instagram, dan X untuk menampilkan persona politik yang merakyat, humanis, dan berorientasi pada nilai-nilai tradisional. Misalnya, melalui akun YouTube pribadinya, ia sering menayangkan aktivitas keseharian bersama masyarakat kecil, diskusi budaya, hingga kritik sosial terhadap kebijakan pemerintah. Strategi komunikasi seperti ini menunjukkan upaya sistematis membangun personal branding yang kuat di ruang digital (Faidh et al., 2025).

Dalam konteks politik digital, strategi komunikasi seperti yang dilakukan Dedi Mulyadi merupakan bentuk dari politik pencitraan. Menurut Tambawang (2024), politik modern tidak hanya berkaitan dengan substansi kebijakan, namun dengan bagaimana figur politik mempresentasikan dirinya di ruang publik. Oleh karena itu, analisis terhadap bagaimana publik merespons dan menilai citra Dedi Mulyadi di media sosial menjadi hal yang penting, terutama karena persepsi digital kini dapat memengaruhi elektabilitas politik di dunia nyata.

Namun, strategi komunikasi digital Dedi Mulyadi juga tidak lepas dari kontroversi. Beberapa pernyataannya di media sosial kerap menuai kritik atau bahkan memicu polemik. Misalnya, pernyataan-pernyataan yang dianggap terlalu generalisasi, pandangan yang dianggap konservatif, atau kritik yang dianggap tidak

berimbang. Kontroversi-kontroversi ini menimbulkan pertanyaan: apakah Dedi Mulyadi berhasil membangun citra politik yang positif di media sosial, atau justru terjebak dalam polarisasi dan sentimen negatif?

Platform X menjadi menarik untuk dikaji karena di sanalah opini publik dapat terbentuk. Diskusi politik di X sering kali bersifat spontan, jujur, dan reflektif terhadap peristiwa terkini. Misalnya, saat Dedi Mulyadi melakukan aksi sosial atau mengeluarkan pernyataan spontan, X menjadi arena pertama tempat publik mengekspresikan tanggapan mereka baik berupa dukungan maupun kritik. Fenomena ini memperlihatkan bahwa citra politik seorang figur kini tidak lagi dimonopoli oleh media arus utama, melainkan dikonstruksi secara partisipatif oleh pengguna media sosial. Oleh karena itu, analisis terhadap bagaimana publik merespons dan menilai citra Dedi Mulyadi di media sosial, terutama karena persepsi digital kini dapat memengaruhi elektabilitas politik (Faradis et al., 2023). Platform X menjadi menarik untuk dikaji karena di sanalah opini publik terbentuk secara organik, spontan, dan reflektif terhadap kondisi aktual.

Setiawan (2025) menyebutkan bahwa diskusi politik di media sosial sering kali bersifat spontan, jujur, serta reflektif terhadap peristiwa atau isu terkini. Misalnya, saat Dedi Mulyadi melakukan aksi sosial atau mengeluarkan pernyataan kontroversial, X menjadi arena bagi publik untuk mengekspresikan tanggapan mereka baik berupa dukungan maupun kritik. Fenomena ini memperlihatkan bahwa citra politik seorang figur kini tidak lagi dimonopoli oleh media arus utama, melainkan dikonstruksi secara partisipatif oleh pengguna media sosial (Siddha & Wulandari, 2023). Ini menandakan bahwa citra Dedi Mulyadi di X merupakan hasil dari negosiasi makna yang di konstruk oleh publik. Dedi Mulyadi sendiri sebagai subjek, media massa yang memberitakan aktivitasnya, pendukung yang mempromosikannya, serta publik yang dapat mempertanyakan maupun menentang pandangan dan kebijakannya.

Studi kasus citra politik di X juga penting dalam konteks literasi politik digital. Memahami bagaimana citra politik dibentuk, dipertahankan, atau diruntuhkan di media sosial serta dapat memberikan wawasan tentang dinamika

opini publik dan bagaimana narasi politik diproduksi bahkan dikonsumsi di era digital.

Sentimen publik terhadap figur politik di media sosial seringkali menunjukkan kecenderungan yang tidak sama dan sering kali saling bertentangan satu sama lain. Studi Fahrudin (2025) yang menganalisis populisme kebijakan Dedi Mulyadi melalui komentar publik di YouTube menemukan distribusi sentimen yang beragam, dengan dominasi sentimen positif namun tetap diiringi kritik yang signifikan. Kemunculan kata kunci seperti “rakyat” dan “pencitraan” menunjukkan adanya dua opini yang berbeda dari persepsi publik antara dukungan terhadap kedekatan sosial yang ditampilkan dan sikap skeptis terhadap strategi komunikasi politik yang digunakan. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi saja, tetapi juga arena kontestasi opini publik terhadap figur politik.

Dalam konteks platform X, Nuswantari (2022) menunjukkan bahwa citra pemimpin daerah dibentuk melalui representasi yang berbeda-beda, tergantung pada jenis akun dan pola komunikasi yang digunakan. Citra yang dihasilkan cenderung tidak konsisten, dengan perbedaan antara akun personal, media, dan institusi pemerintah dalam membingkai figur politik. Meskipun demikian, pendekatan yang digunakan masih terbatas pada analisis isi kualitatif tanpa dukungan klasifikasi sentimen berbasis machine learning. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang mampu menggabungkan analisis sentimen dan pendalaman makna untuk memahami bagaimana sentimen publik di platform X membentuk citra politik secara lebih komprehensif.

Urgensi penelitian dalam hal ini mengingat bahwa Dedi Mulyadi merupakan figur politik dengan strategi digital yang sangat aktif, platform X yang dapat menjadi arena pembentukan opini publik di Indonesia dengan 25,6 juta pengguna aktif. Pemahaman tentang bagaimana citra politik dikonstruksi di media sosial memiliki implikasi langsung terhadap elektabilitas dan legitimasi politik di dunia nyata.

Data awal hasil *crawling* pada platform X menunjukkan bahwa respons publik, membentuk pola sentimen yang tidak stabil. Pada satu sisi, muncul sentimen

positif yang mengapresiasi gaya komunikasinya, seperti tanggapan terhadap unggahan “Pidato ‘Petuah’ Jitu Kang Dedi Mulyadi menunjukkan marwah Gubernur Jawa Barat” yang menunjukkan pujian karena dianggap menghadirkan figur pemimpin yang berwibawa. Namun pada saat bersamaan, sentimen negatif juga muncul dengan tendensi kuat, misalnya dalam komentar “Akhirnya anak disabilitas itu meninggal. Kang Dedi mah cuma *live* doang,” yang menandakan kekecewaan publik dan kecurigaan bahwa konten yang ditampilkan sekadar bersifat ucapan belaka. Di luar dari sentimen positif maupun negatif, terdapat sentimen netral yang berfungsi sebagai koreksi faktual, seperti pernyataan “@ojkindonesia itu Otoritas Jasa Keuangan. Bukan Kang Dedi,” yang menunjukkan bahwa sebagian pengguna tidak terlibat dalam penilaian emosional, melainkan sebatas meluruskan informasi.

Variasi respons ini memperlihatkan bahwa penilaian publik terhadap Dedi Mulyadi tidak bersifat konsisten dan dapat dipengaruhi oleh konteks isu yang sedang dibahas. Ketidakkonsistenan ini menandakan bahwa citra politik Dedi Mulyadi dibentuk dengan sangat dinamis dan dipengaruhi oleh interpretasi publik yang tidak selalu dapat diprediksi. Hal itulah yang menjadikan fenomena ini layak diteliti lebih jauh, karena menunjukkan bahwa konstruksi citra politik tidak hanya bergantung pada tindakan komunikatif daripada aktor, tetapi juga pada cara publik merespons, serta kecenderungan tertentu dalam penilaian, dan arus percakapan yang berkembang di platform X.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana dinamika citra politik Dedi Mulyadi sebagai Gubernur Jawa Barat melalui analisis sentimen publik di platform X. Sebagai pemimpin daerah yang aktif memanfaatkan media sosial dan dijuluki “Gubernur Konten”, Dedi Mulyadi telah menjadi figur politik yang menuai respons beragam dari masyarakat, mulai dari dukungan terhadap kebijakan pro-rakyat hingga kritik atas strategi pencitraan digital. Platform X, dengan karakteristiknya yang memungkinkan interaksi *real-time*, *trending topics*, yang cepat, menjadi arena penting di mana opini publik terhadap pemimpin politik terbentuk dan berkembang secara dinamis.

Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana sentimen masyarakat di platform X mencerminkan persepsi terhadap citra politik Dedi

Mulyadi, mengidentifikasi pola sentimen dominan (positif, negatif, netral), serta menganalisis aspek-aspek citra politik yang paling menonjol dalam diskursus publik. Melalui penerapan metode analisis sentimen berbasis machine learning, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif tentang konstruksi citra pemimpin daerah di era media sosial dan berkontribusi pada pengembangan strategi komunikasi politik yang lebih responsif, berbasis data empiris, dan mampu menjembatani ekspektasi publik dengan kinerja pemerintahan di tingkat regional.

Dengan demikian, judul yang diusulkan untuk penelitian ini adalah **Analisis Sentimen Opini Publik di X Dalam Menilai Citra Politik Kang Dedi Mulyadi**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam penggunaan media sosial sebagai penilaian citra politik, khususnya melalui lensa analisis sentimen.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Opini netizen di X, terhadap figur politik Kang Dedi Mulyadi menunjukkan pola keberagaman baik bersifat positif, negatif maupun netral yang muncul secara bersamaan.
2. Sentimen publik yang muncul tidak selalu membangun citra politik yang utuh namun menunjukkan pola yang inkonsisten, memperlihatkan penilaian publik terhadap karakter, sikap maupun personal terhadap figur politik yang sama.
3. Sentimen netizen di X tidak hanya menggambarkan sikap emosional semata, tetapi juga memuat tema-tema tertentu yang merepresentasikan aspek-aspek dari citra politik Dedi Mulyadi.
4. Ekspresi netizen di X bersifat jujur, spontan, sehingga makna sentimen tidak selalu dapat dipahami hanya melalui klasifikasi positif, negatif, atau netral.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut :

1. Bagaimana sentimen opini netizen di media sosial X dalam menilai citra politik Dedi Mulyadi?
2. Tema-tema apa saja yang muncul dalam sentimen publik terhadap Dedi Mulyadi di platform X dalam merepresentasikan citra politiknya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dapat disusun sebagai berikut :

1. Untuk menelusuri kecenderungan sentimen publik terhadap Kang Dedi Mulyadi di platform X melalui pemetaan presentase sentimen publik yang terdiri dari sentimen positif, negatif, dan netral.
2. Untuk mengidentifikasi tema-tema yang muncul dalam sentimen publik terhadap Dedi Mulyadi di platform X dalam merepresentasikan citra politiknya.

E. Kegunaan dan Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Akademis (Teoritis)

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi politik dengan menghadirkan pemahaman baru mengenai bagaimana citra politik seorang tokoh dapat di bentuk melalui dinamika percakapan publik di media sosial, khususnya Platform X. Melalui pendekatan analisis sentimen, penelitian ini memperluas perspektif teoretis tentang konstruksi citra politik yang tidak lagi semata-mata dipengaruhi oleh komunikasi politik yang dilakukan oleh aktor, tetapi juga oleh respons, emosi, dan evaluasi publik yang terekspresikan dalam ruang digital.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi politisi, pun konsultan komunikasi politik, serta analis media sosial dalam merancang strategi komunikasi digital yang lebih responsif dan adaptif terhadap persepsi publik. Temuan mengenai kecenderungan sentimen dan

tema narasi publik di Platform X memberikan wawasan yang dapat dimanfaatkan untuk membaca bagaimana publik memaknai tindakan, pernyataan, maupun representasi dari seorang tokoh politik. Selain itu, penelitian ini juga memberikan insight bagi para pengelola media sosial dan praktisi komunikasi tentang pentingnya memonitor percakapan daring sebagai dasar evaluasi citra, sekaligus sebagai bahan untuk menyusun pesan politik yang lebih efektif, adaptif, dan selaras dengan persepsi masyarakat di ruang digital.

F. Kerangka Berpikir

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat yang penting dalam politik, khususnya dalam pembentukan citra politik. Platform X, dengan karakteristiknya yang *real-time*, berbasis teks, dan interaktif, menjadi arena penting di mana opini publik terhadap figur politik dapat terbentuk, dipertahankan, atau bahkan diruntuhkan secara spontan. Dedi Mulyadi, melalui aktivitasnya di Platform X, memanfaatkan media ini untuk mengomunikasikan visi politiknya, pun membangun personal branding berbasis nilai budaya Sunda, dan berinteraksi langsung dengan masyarakat. Ini mencerminkan pentingnya strategi digital dalam politik kontemporer dan menyoroti bagaimana individu dapat menggunakan media sosial untuk membentuk citra politik dalam ruang publik digital yang partisipatif (Ramadani & Hilmiyah, 2019).

Pembentukan citra politik melalui Platform X memberikan Dedi Mulyadi kesempatan untuk menciptakan narasi yang diinginkan di mata publik. Namun, citra yang terbentuk tidak sepenuhnya berada dalam kendali aktor politik itu sendiri. Citra politik di Platform X merupakan hasil dari konstruksi sosial yang melibatkan interaksi dinamis antara politisi, media massa, pendukung, dan publik yang dapat mempertanyakan atau menentang pandangan serta kebijakan politisi tersebut (Siddha & Wulandari, 2023). Platform X, dengan fitur-fiturnya seperti *tweet*, *reply*, *retweet*, dan *quote tweet*, menciptakan mekanisme opini publik yang dapat dianalisis untuk memahami persepsi kolektif terhadap figur politik tertentu. Media berbasis teks ini tidak hanya memungkinkan penyebaran pesan yang cepat tetapi

juga memfasilitasi pembentukan sentimen publik yang mencerminkan evaluasi, emosi, dan penilaian masyarakat terhadap aktor politik secara real-time.

Dalam konteks penelitian ini, analisis sentimen digunakan sebagai pendekatan metodologis untuk memahami bagaimana persepsi publik terhadap Dedi Mulyadi terbentuk di Platform X. Analisis sentimen merupakan metode komputasional berbasis machine learning yang dapat mengklasifikasikan opini publik menjadi kategori sentimen positif, negatif, dan netral berdasarkan data tekstual dari cuitan pengguna. Pendekatan ini membantu dalam mengidentifikasi pola sentimen dominan, tema narasi yang berkembang, serta konteks diskursus publik yang muncul terkait dengan citra politik Dedi Mulyadi. Melalui klasifikasi sentimen, penelitian ini dapat memetakan distribusi persepsi publik secara kuantitatif sekaligus mengeksplorasi dimensi kualitatif dari konstruksi citra politik yang terbentuk melalui dinamika percakapan digital (A. Fahrudin et al., 2025).

Efektivitas analisis sentimen dalam penelitian citra politik diukur melalui kemampuannya mengungkap pola-pola persepsi publik yang tercermin dalam data cuitan. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana sentimen positif, negatif, dan netral terdistribusi dalam diskursus publik tentang Dedi Mulyadi, serta mengidentifikasi kata kunci dominan, tema narasi utama, dan konteks temporal yang mempengaruhi fluktuasi sentimen. Analisis ini membantu mengidentifikasi aspek-aspek citra politik yang paling menonjol dalam persepsi publik, seperti kompetensi, kepemimpinan, integritas, dan karakteristik personal, yang menjadi dimensi penting dalam evaluasi publik terhadap seorang pemimpin daerah (Nuswantari, 2022).

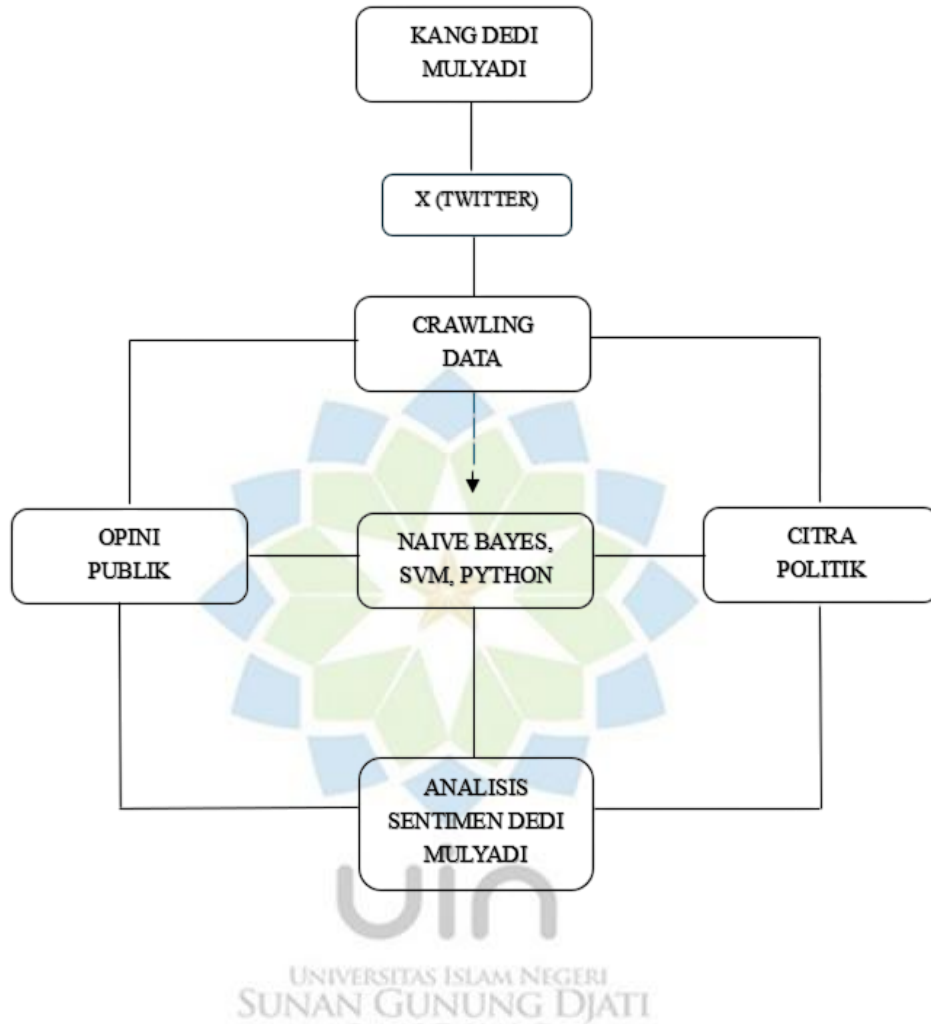
Penelitian ini juga mengintegrasikan perspektif politik pencitraan digital yang menjelaskan bahwa strategi komunikasi politik modern tidak hanya berkaitan dengan substansi kebijakan, tetapi juga dengan bagaimana figur politik mempresentasikan dirinya di ruang publik digital (Yuliani, 2024). Personal branding yang efektif di media sosial memerlukan konsistensi pesan, autentisitas, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika opini publik. Namun, ketergantungan pada pencitraan digital juga mengandung risiko, di mana kesalahan

komunikasi atau kontroversi dapat dengan cepat menyebar dan merusak reputasi yang telah dibangun.

Analisis dampak sentimen publik terhadap konstruksi citra politik menjadi penting dalam menentukan bagaimana persepsi digital dapat mempengaruhi elektabilitas dan legitimasi politik di dunia nyata. Melalui analisis ini, penelitian bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana pola sentimen dan narasi yang berkembang di Platform X mencerminkan persepsi publik terhadap Dedi Mulyadi sebagai figur politik, serta bagaimana konstruksi citra tersebut dapat memberikan implikasi bagi strategi komunikasi politik yang lebih responsif dan berbasis data empiris (Faradis et al., 2023). Dampak dari dinamika sentimen publik ini pada pembentukan citra politik merupakan fokus utama dari penelitian ini.

Dengan menggabungkan teori opini publik dan teori citra politik dengan metode analisis sentimen berbasis machine learning, penelitian ini mengusulkan untuk membuka wawasan baru mengenai bagaimana pemimpin daerah modern, seperti Dedi Mulyadi, berinteraksi dengan publik di ruang digital dan bagaimana publik merespons serta mengkonstruksi citra politik mereka. Ini termasuk pemahaman tentang bagaimana media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai arena kontestasi makna di mana citra politik dibentuk, diperdebatkan, dan dinegosiasikan secara partisipatif oleh berbagai aktor dalam ekosistem digital. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan strategi komunikasi politik yang lebih adaptif, responsif terhadap dinamika opini publik, dan berbasis pada pemahaman empiris tentang sentimen masyarakat di era media sosial.

Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian



Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, penelitian ini menempatkan platform X sebagai ruang publik digital tempat terbentuknya opini publik terhadap figur Dedi Mulyadi. Data yang diperoleh melalui proses crawling selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan analisis sentimen dengan algoritma Naive Bayes dan SVM berbasis Python untuk mengklasifikasikan kecenderungan sentimen. Hasil klasifikasi tersebut kemudian diinterpretasikan lebih lanjut guna memahami bagaimana sentimen publik merepresentasikan dan membentuk citra politik Dedi Mulyadi.