

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana personal branding Alfiansyah Komeng sebagai anggota DPD RI Jawa Barat dibentuk melalui platform Instagram @Komeng.Original serta bagaimana masyarakat Jawa Barat, khususnya followers akun tersebut, membentuk persepsi terhadap citra politiknya pasca Pemilu 2024. Berdasarkan analisis data kuantitatif terhadap 100 responden dari berbagai wilayah di Jawa Barat, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Personal Branding Alfiansyah Komeng di media sosial Instagram dinilai sangat kuat oleh mayoritas responden. Seluruh indikator personal branding seperti spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan nama baik menunjukkan nilai rata-rata persentase di atas 80%, yang dikategorikan sebagai "Sangat Tinggi". Hal ini menunjukkan bahwa Komeng berhasil membentuk citra publik yang kuat dan autentik meskipun tanpa strategi kampanye politik konvensional.
2. Dari sisi persepsi politik masyarakat Jawa Barat, hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden menganggap Komeng sebagai sosok yang kredibel dan autentik. Persepsi positif terbentuk dari indikator seperti informasi yang tersedia, isyarat politik, dan penarikan persepsi politik, yang seluruhnya juga memperoleh persentase di atas 75%, menunjukkan tingkat penerimaan masyarakat yang tinggi terhadap kehadiran Komeng di dunia politik.
3. Analisis regresi linear sederhana menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara personal branding Alfiansyah Komeng di Instagram dengan persepsi masyarakat Jawa Barat terhadap dirinya sebagai politisi. Nilai signifikansi ($\text{Sig.} < 0.05$) mengindikasikan bahwa

personal branding yang ditampilkan di akun @Komeng.Original berpengaruh secara nyata terhadap persepsi masyarakat sebagai pemilih.

4. Menilai persepsi masyarakat Jawa Barat pasca kemenangan Komeng dengan suara tertinggi di DPD Jawa Barat, terkait persepsi masyarakat memiliki nilai positif atau negative.
5. Media sosial, khususnya Instagram, terbukti menjadi platform yang efektif dalam pembentukan citra politik dan persepsi pemilih terhadap calon legislatif non-tradisional. Akun @Komeng.Original bertransformasi dari media hiburan menjadi alat komunikasi politik yang berdampak, memperlihatkan bahwa politik digital dapat menggantikan metode kampanye konvensional di era modern.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, Alfiansyah Komeng disarankan untuk terus meningkatkan konsistensi dalam membangun personal branding melalui media sosial, khususnya Instagram. Meskipun persepsi masyarakat Jawa Barat terhadap citranya pasca Pemilu 2024 cenderung positif, tetap diperlukan upaya strategis untuk mempertahankan dan memperkuat citra publik tersebut. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memperbanyak konten yang merepresentasikan nilai-nilai autentik, keberpihakan terhadap masyarakat, serta kedekatan budaya lokal—seperti penggunaan bahasa Sunda atau simbol-simbol Jawa Barat yang dapat meningkatkan konektivitas emosional dengan pengikut. Selain itu, disarankan agar Komeng lebih aktif berinteraksi dengan audiens melalui fitur-fitur Instagram seperti story interaktif, live streaming, maupun membalas komentar, guna menciptakan kesan bahwa ia adalah figur yang terbuka dan komunikatif.

Bagi tim media sosial atau manajemen Komeng, penting untuk terus melakukan evaluasi performa konten melalui analisis Instagram Insights agar

strategi komunikasi yang dibangun berbasis pada data dan tren audiens. Diversifikasi konten juga perlu dilakukan, tidak hanya mengandalkan citra sebagai komedian, tetapi juga menampilkan sisi lain seperti keterlibatannya dalam isu-isu sosial dan politik secara ringan namun bermakna, mengingat konteks pasca pemilu yang menjadi sorotan publik.

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar cakupan wilayah penelitian diperluas ke provinsi lain guna mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai persepsi masyarakat Indonesia terhadap personal branding tokoh publik melalui media sosial. Penelitian ini juga membuka peluang untuk pendekatan metode campuran (mixed method), yang menggabungkan analisis kuantitatif dan wawancara kualitatif untuk memperdalam pemahaman terhadap hasil statistik yang diperoleh. Selain itu, pendekatan longitudinal dapat memberikan perspektif perubahan persepsi publik terhadap figur publik sebelum dan sesudah momen-momen politik penting seperti pemilu.

Terakhir, bagi akademisi dan praktisi komunikasi, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya media sosial dalam membentuk persepsi publik terhadap tokoh politik. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan kajian maupun pelatihan tentang strategi personal branding digital agar para tokoh dan calon pemimpin masyarakat dapat memanfaatkan platform seperti Instagram secara efektif dan bertanggung jawab dalam membentuk citra diri yang sesuai dengan nilai-nilai publik.