

STRATEGI MEDIA SOSIAL KANG DEDI MULYADI (KDM): CITRA DAN RESPON MASYARAKAT JAWA BARAT

Agus Setiaman¹ dan Naufal Rifqi Ananda²

¹Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Jatinangor, Sumedang

²Mahasiswa Program Studi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran,
Jatinangor, Sumedang

E-mail : agus.setiaman@unpad.ac.id; naufalra@gmailcom

ABSTRAK. Konten-konten yang ditampilkan oleh Dedi Mulyadi melalui kanal media sosialnya tidak hanya yang bersifat formal atau sekadar pencitraan elitis. Namun, ia juga memperlihatkan tindakan nyata dan empati sosial yang mendalam. Lebih lanjut, gaya komunikasi politik yang dilakukan olehnya memperlihatkan arahnya pada pembentukan citra kepemimpinan yang pro rakyat. Ini tercermin dari tindakan politik Dedi Mulyadi yang tidak membatasi dirinya dalam meja dinas atau seremonial politik semata, tetapi juga bertindak langsung ke lapangan, menyapa rakyat dengan penampilan dan bahasa sederhana. Melalui narasi ini, ia sukses menciptakan citra pemimpin yang tidak hanya pintar dalam berbicara semata namun juga memiliki aksi nyata. Fenomena hadirnya sosok Dedi Mulyadi menjadi menarik karena kemunculannya di tengah maraknya krisis kepercayaan publik terhadap pelaku politisi yang cenderung menciptakan jarak dari rakyatnya. Di saat banyak politisi berfokus pada pencitraan melalui iklan-iklan kampanye yang kaku dan tidak menyentuh sisi emosional masyarakat seperti melalui papan atau poster kampanye dengan gambar wajah yang lebih besar daripada ucapannya. Dedi Mulyadi justru hadir dengan memanfaatkan komunikasi langsung serta membangun hubungan emosional baik melalui tatap muka ataupun konten digital yang dipublikasikan. Melalui gaya komunikasi ini memperkuat persepsi bahwa beliau adalah sosok pemimpin yang layak dipercaya dan dijadikan panutan, terutama di tengah masyarakat yang mendambakan pemimpin yang jujur, peduli, dan tidak berjarak.

Kata Kunci: Citra; Kampanye; Konten; Pemimpin; Rakyat

KANG DEDI MULYADI'S (KDM) SOCIAL MEDIA STRATEGY: IMAGE AND RESPONSE OF THE PEOPLE OF WEST JAVA

ABSTRACT. The content displayed by Dedi Mulyadi through his social media channels is not only formal or just an elitist image. However, he also shows real action and deep social empathy. Furthermore, his political communication style shows his direction towards establishing a pro-people leadership image. This is reflected in Dedi Mulyadi's political actions, which do not limit himself to the official table or political ceremonies alone, but also act directly in the field, greeting the people with his appearance and simple language. Through this narrative, he succeeded in creating the image of a leader who is not only good at talking but also has real actions. The phenomenon of the presence of the figure of Dedi Mulyadi is interesting because his appearance comes amidst a widespread crisis of public trust in politicians who tend to distance themselves from the people. At a time when many politicians focus on image through campaign advertisements that are stiff and do not touch people's emotional side, such as through campaign boards or posters with images of faces that are bigger than their words. Dedi Mulyadi is actually present by utilizing direct communication and building emotional relationships either through face-to-face or published digital content. Through this communication style, it strengthens the perception that he is a leader who is worthy of being trusted and used as a role model, especially in a society that desires leaders who are honest, caring, and not distant.

Keywords: Image; Campaign; Content; Leaders; People

PENDAHULUAN

Di era digital sekarang ini, reputasi seorang pemimpin tidak hanya tercipta melalui ide dan kebijakan kerja mereka tetapi juga melalui tingkat kemampuan mereka untuk berkomunikasi langsung dengan publik. Komunikasi dalam dunia politik memiliki peran krusial guna membangun, membentuk serta

mengubah penilaian serta sikap publik terhadap aktor politik yang berkepentingan. Merujuk pada (Sumarni, 2023) dalam (Nuraliza et al., 2024), komunikasi politik diartikan sebagai proses dalam penyampaian serta pertukaran pesan antara tokoh politik, pemerintah, ataupun masyarakat publik. Dewasa ini komunikasi politik tidak hanya dilakukan melalui media massa seperti surat kabar, televisi, radio dan

lainnya, tetapi juga melalui kanal jejaring media sosial seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan lainnya. Dalam hal ini, media sosial sangat dimanfaatkan oleh para politisi untuk menyalurkan citranya serta mempengaruhi publik, karena mayoritas audiens di era digitalisasi saat ini pasti terhubung dengan media sosial.

Menurut (Alam, 2021), media sosial telah menempatkan ruang demokrasi dalam babak baru. Jika dahulu ruang demokrasi hanya terbatas pada forum-forum fisik seperti parlemen, diskusi publik, atau media massa, kini dengan adanya media sosial memungkinkan setiap individu untuk menilai serta menyuarakan opininya secara langsung, dan terbuka. Adanya media sosial, para aktor politik dapat membangun komunikasi dua arah dengan publik atau masyarakatnya, menciptakan kedekatan emosional, serta membentuk dan membangun citra kepemimpinan yang lebih personal. Sementara bagi publik dengan hadirnya media sosial membuat masyarakat tidak hanya menjadi penonton politik, namun juga dapat menjadi partisipan aktif yang dapat menilai, menyebarkan informasi, mengomentari, serta mengkritisi (Kamawati & Gultom, 2023).

Fenomena komunikasi politik dengan memanfaatkan media sosial dapat dilihat dari salah satu aktor politik yang belakangan namanya ramai diperbincangkan yakni Kang Dedi Mulyadi atau akrab dipanggil KDM. Dedi Mulyadi adalah seorang politisi asal Jawa Barat yang namanya belakangan ramai diperbincangkan karena kedekatannya dengan rakyat yang beliau bangun melalui konten media sosial. Dalam berbagai kanal media sosial seperti YouTube, Facebook, dan Instagram, ia secara aktif menampilkan dirinya berinteraksi langsung dengan masyarakat kecil baik melalui aksi blusukan ke desa-desa terpencil, membantu warga miskin, hingga mendengarkan keluhan masyarakat secara langsung di jalanan (Anam, C., 2025).

Namun menariknya, tantangan baru muncul akibat dari komunikasi politik yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi, yang mana saat ini mulai tercipta dinamika komunikasi kelompok di ruang publik, khususnya pada media sosial. Citra yang ia bangun justru melahirkan kelompok-kelompok sosial yang terpolarisasi: di mana satu

pihak adalah kelompok pendukung yang merasa terwakili secara emosional dan nilai, sementara pihak lainnya adalah kelompok penolak atau pengkritik, yang melihat gaya komunikasi Dedi Mulyadi sebagai berlebihan, populis, atau bahkan bentuk pencitraan terselubung. Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi politik di era digital tidak hanya menghasilkan respons individu, tetapi juga menciptakan dinamika interaksi antar kelompok sosial yang kompleks.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi politik Dedi Mulyadi dalam membentuk citra kepemimpinan serta memengaruhi persepsi kelompok masyarakat di Jawa Barat. Pendekatan ini dipilih karena dianggap paling sesuai untuk mengkaji makna, strategi komunikasi, serta respon sosial yang kompleks dan kontekstual di ruang digital. Penelitian kualitatif deskriptif juga memungkinkan peneliti untuk mendeskripsikan dan menafsirkan fenomena komunikasi politik secara menyeluruh berdasarkan konteks sosial dan budaya yang melingkupinya.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi terhadap konten media sosial Dedi Mulyadi, seperti YouTube, Facebook, dan Instagram. Adapun data sekunder bersumber dari dokumentasi, berita, literatur ilmiah, artikel populer, komentar publik di media sosial, serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan tema komunikasi politik dan persepsi publik.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode. Pertama, observasi non-partisipatif, di mana peneliti mengamati secara langsung isi konten media sosial Dedi Mulyadi guna mengidentifikasi gaya komunikasi dan bentuk interaksi dengan publik. Kedua, studi dokumentasi yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen, artikel, dan berita yang mendukung. Ketiga, analisis komentar publik, yaitu mengkaji berbagai tanggapan masyarakat di media sosial.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*) dan analisis tematik (*thematic analysis*). Proses analisis dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Peneliti berusaha

menemukan pola, tema, dan makna yang muncul dari komunikasi politik yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi, serta memahami bagaimana publik meresponsnya di ruang digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang mendalam dan kontekstual mengenai praktik komunikasi politik dalam era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan-pesan politik yang diarahkan untuk mencapai pengaruh tertentu sehingga segala persoalan yang muncul dapat mengikat semua unsur kelompok yang terlibat dalam dinamika politik (Susanto, 2013). Dalam konteks ini, komunikasi politik tidak hanya sebatas pertukaran informasi, melainkan juga menjadi alat penting dalam membangun relasi kuasa, melegitimasi kebijakan, dan memobilisasi massa (Budiardjo, 2005: 4.28). Tujuan utama dari komunikasi politik meliputi penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, pembentukan opini publik, serta usaha menarik simpati masyarakat guna meningkatkan partisipasi politik (Alfiyanti, 2018). Secara lebih spesifik, komunikasi politik dimanfaatkan untuk memperoleh dukungan dalam berbagai kontestasi politik seperti pemilihan umum, baik pada tingkat lokal maupun nasional.

a. Komunikasi Politik Digital

Komunikasi politik digital merupakan bentuk adaptasi dari aktivitas politik yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, sebagai kanal utama dalam menyampaikan pesan-pesan politik kepada publik (Hidayati, 2021). Platform seperti Instagram, Twitter (X), Facebook, TikTok, dan YouTube telah menjadi sarana strategis bagi para politikus dan partai politik untuk membangun citra, menyampaikan program kerja, serta menjalin komunikasi langsung dengan masyarakat. Media sosial memungkinkan proses komunikasi yang bersifat dua arah, cepat, dan interaktif, sehingga aktor politik dapat merespons isu-isu yang berkembang secara *real time* serta membentuk opini publik melalui narasi yang dikemas secara visual dan emosional. Selain itu, algoritma media sosial memudahkan penargetan audiens secara spesifik, sehingga pesan politik dapat disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan kelompok pemilih tertentu. Dalam konteks ini, keberhasilan komunikasi politik digital sangat bergantung pada kemampuan aktor

politik dalam mengelola konten, menjaga konsistensi pesan, serta membangun *engagement* yang positif dengan publik secara berkelanjutan. Selain itu, dengan perkembangan komunikasi politik melalui media sosial dapat memungkinkan aktor politik untuk mengurangi biaya yang dibutuhkan dalam kampanye politik, dikarenakan jejaring sosial yang sudah terkoneksi satu sama lain. Dengan demikian, aktor politik yang melakukan penyampaian pesan melalui media sosial dapat menjangkau audiens yang lebih luas (Hidayati, 2021).

b. Peran Komunikasi Politik dalam Membangun Citra dan Opini Publik

Para politikus dan pemimpin partai politik memiliki kepentingan besar dalam membentuk citra politik melalui komunikasi yang strategis. Hal ini dilakukan sebagai bagian dari upaya mencipta-kam stabilitas sosial dengan memenuhi aspirasi rakyat serta mempertahankan dukungan publik. Dalam hal ini, citra diartikan sebagai kesan. Merujuk pada (Muchtari & Djati Bandung, 2016), citra politik didefinisikan sebagai kesan, perasaan, gambaran, dan opini publik terhadap seorang politikus, partai, atau lembaga. Lebih lanjut, citra politik dapat dibentuk melalui berbagai saluran komunikasi seperti pidato, media massa, iklan politik, dan kini secara masif melalui media sosial.

Selain membentuk citra, komunikasi politik juga berfungsi untuk membentuk dan mengarahkan opini publik. Menurut (Indrawan, 2017), opini publik didefinisikan sebagai hasil dari proses komunikasi yang berlangsung antara aktor politik dan masyarakat, di mana persepsi terhadap isu-isu tertentu dibangun melalui narasi, simbol, serta pendekatan emosional yang terencana. Ketika opini publik berhasil diarahkan secara positif, hal ini dapat menghasilkan dukungan yang signifikan, baik dalam bentuk kepercayaan, loyalitas, maupun partisipasi aktif dalam proses politik (Sjoraida, 2025). Oleh karena itu, kemampuan politikus dalam mengelola komunikasi politik secara adaptif dan responsif menjadi kunci dalam memenangkan simpati dan suara masyarakat di tengah persaingan politik yang semakin ketat.

2. Kepemimpinan Pro Rakyat

Kata kepemimpinan berakar dari kata “pimpin” yang artinya bimbing atau tuntun, serta kata “pemimpin” yang berarti orang yang membimbing atau menuntun. Menurut (Supriyadi, 2018) kepemimpinan didefinisikan sebagai kemampuan dan kepribadian seseorang dalam memengaruhi serta membujuk pihak lain

agar melakukan tindakan sesuai yang diinginkan demi mencapai tujuan bersama. Dalam konteks kepemimpinan, pro rakyat diartikan sebagai gaya kepemimpinan yang menempatkan kepentingan serta kesejahteraan masyarakat sebagai prioritas utama dalam setiap pengambilan keputusan dan pelaksanaan kebijakan. Dalam hal ini gaya kepemimpinan pro rakyat cenderung memiliki karakter empatik, terbuka terhadap aspirasi publik, serta responsif terhadap kebutuhan dan permasalahan sosial. Kepemimpinan jenis ini juga dikenal sebagai populisme, yakni suara retorika politik yang menganggap keutamaan dan keabsahan politik terletak pada rakyat, dengan demikian maka gaya kepemimpinan jenis ini menempatkan rakyat di atas segalanya.

3. Media Sosial sebagai Ruang Demokrasi Digital

Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi interpersonal, tetapi juga telah menjelma menjadi arena baru bagi keterlibatan politik dan advokasi sosial. Menurut (Andriani, 2019), demokrasi digital diartikan sebagai praktik demokrasi dengan memanfaatkan saluran digital dalam melakukan komunikasi politik. Dalam hal ini, demokrasi digital menuntut adanya ruang publik yang memungkinkan diskusi rasional antar warga negara yang mana saluran kanal media sosial memenuhi hal tersebut. Jika sebelumnya partisipasi politik bersifat terbatas dan elitis, kini media sosial membuka ruang yang luas bagi masyarakat untuk turut terlibat dalam percakapan politik secara langsung. Adanya media sosial yang berperan sebagai ruang demokrasi digital memungkinkan masyarakat untuk dapat secara aktif menyuarakan pendapat, mengakses informasi, dan terlibat langsung dalam diskusi publik secara terbuka (Fitriani et al., 2023).

4. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah proses pertukaran pesan, ide, dan emosi yang terjadi antara dua orang atau lebih dalam sebuah kelompok yang memiliki tujuan bersama (Deli, 2024). Kelompok ini dapat bersifat formal maupun informal, dan komunikasi yang terjadi di dalamnya membentuk pola interaksi yang berpengaruh terhadap pemikiran, keputusan, serta perilaku anggota kelompok. Dalam kelompok, individu tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menyesuaikan sikap dan opini mereka berdasarkan interaksi sosial.

Polarisasi kelompok atau *group polarization* adalah kecenderungan anggota kelompok untuk mengadopsi pandangan yang

lebih ekstrem setelah berdiskusi dengan sesama anggota yang memiliki kecenderungan pendapat serupa. Konsep ini pertama kali dikembangkan oleh Moscovici dan Zavalloni, yang menunjukkan bahwa diskusi kelompok cenderung memperkuat opini yang telah ada. Fenomena polarisasi dalam komunikasi kelompok tidak terbatas pada isu politik, tetapi juga dapat muncul dalam diskusi mengenai gaya hidup, etika, atau pandangan sosial. Polarisasi dapat memperkuat solidaritas kelompok, namun juga berpotensi mengurangi kemampuan untuk memahami sudut pandang lain dan menciptakan jarak sosial dengan kelompok yang berbeda pandangan.

Dalam era demokrasi digital, media sosial menjadi kanal utama bagi politisi untuk membangun citra dan menjangkau masyarakat secara langsung. Dedi Mulyadi termasuk tokoh politik di Indonesia yang berhasil memanfaatkan media sosial secara strategis untuk menampilkan citra sebagai pemimpin yang dekat, sederhana, dan berpihak pada rakyat kecil. Strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Dedi Mulyadi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mengandung muatan kultural dan emosional yang kuat, antara lain melalui *storytelling* budaya, humanisasi tokoh, dan pemanfaatan media sosial secara aktif dan konsisten.

5. Bentuk dan Strategi Komunikasi Politik Dedi Mulyadi melalui Media Sosial dalam Membangun Citra Kepemimpinan Pro Rakyat

Pertama, strategi *storytelling* budaya menjadi ciri khas utama dalam komunikasi politik Dedi Mulyadi. Ia kerap mengangkat tema-tema lokalitas, budaya Sunda, dan nilai-nilai kearifan lokal dalam setiap konten yang dibagikan (Sudjaya, 2025). Ini terlihat jelas dalam gaya berpakaian yang unik dan menarik, di mana beliau sering kali mengenakan pakaian adat sunda lengkap dengan ikat kepalanya (totopong) dan tas anyaman. Selain itu, melalui konten di kanal YouTube-nya juga KDM seringkali menampilkan nilai-nilai budaya sunda melalui pengunjungan situs budaya, berinteraksi dengan masyarakat sunda, hingga berdialog dengan para pemuka adat (Sudjaya, 2025). Dalam hal ini, strategi *storytelling* budaya bukan sekadar bentuk komunikasi, tetapi juga menjadi alat politis untuk menyampaikan pesan bahwa dirinya adalah bagian dari masyarakat itu sendiri, sehingga memahami dan menghargai akar budaya mereka.

Kedua, strategi humanisasi tokoh merupakan upaya Dedi Mulyadi untuk menciptakan citra bahwa dirinya adalah “pemimpin biasa” yang

tidak berjarak dengan rakyat. Ia secara konsisten menampilkan dirinya dalam situasi-situasi sederhana dan akrab. Seperti naik motor sendiri ke pelosok desa, menyapa pedagang kaki lima tanpa pengawalan, bahkan kadang duduk lesehan bersama warga sambil makan nasi bungkus. Dalam berbagai kontennya, Dedi juga tampak lebih banyak mendengarkan keluhan masyarakat daripada berbicara panjang lebar sebagai politisi. Gaya ini mencerminkan pendekatan komunikasi yang berpusat pada empati, kehadiran, dan keterlibatan langsung. Konsep ini sejalan dengan teori citra politik menurut Nimmo (2006) dalam (Lampe, 2010), yang menyatakan bahwa politisi modern harus mampu membangun kesan kepribadian yang akrab, terbuka, dan mampu bersentuhan langsung dengan realitas masyarakat. Humanisasi tokoh ini juga memberikan diferensiasi dibanding politisi lain yang cenderung tampil formal, birokratis, dan berjarak.

Ketiga, pemanfaatan media sosial menjadi sarana vital dalam membumikan dua strategi sebelumnya kepada khalayak luas. Dedi Mulyadi sangat aktif di berbagai *platform* digital, mulai dari YouTube, Facebook, Instagram, hingga TikTok. Di YouTube, misalnya, ia rutin mengunggah vlog harian dengan durasi panjang, yang mengisahkan interaksinya dengan masyarakat. Di TikTok dan Instagram, ia mengunggah potongan video pendek yang menonjolkan momen-momen haru, inspiratif, atau lucu yang dapat dengan mudah dibagikan dan viral. Konten yang dibuat selalu memiliki nilai emosional yang tinggi, sehingga mampu menggugah simpati dan empati warganet. Strategi ini memperlihatkan bahwa Dedi memahami logika media sosial sebagai ruang distribusi afeksi, bukan hanya informasi. Dalam hal ini, strategi digitalnya selaras dengan pendekatan “*emotional appeal*” dalam retorika politik, yang dinilai efektif membentuk ikatan emosional antara pemimpin dan pemilih, terutama dalam konteks politik elektoral yang bersifat personal.

Adopsi tiga strategi ini tidak bisa dilepaskan dari kesadaran bahwa publik kini lebih mudah tersentuh oleh narasi yang personal dan emosional, daripada pesan politik yang kaku. Kehadiran Dedi Mulyadi sebagai tokoh yang mampu “bercerita”, “menyentuh”, dan “beradaptasi” dengan gaya komunikasi digital menjadikannya berbeda di antara politisi lain, dan secara tidak langsung memperkuat citra bahwa ia adalah representasi dari pemimpin rakyat, bukan elit yang jauh dari realitas.

6. Pengaruh Gaya Komunikasi Politik Dedi Mulyadi terhadap Persepsi Masyarakat di Jawa Barat

Gaya komunikasi politik memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap seorang tokoh politik (Pranawukir et al., 2023). Dedi Mulyadi merupakan salah satu politisi di Indonesia yang berhasil membangun citra positif di tengah masyarakat melalui pendekatan komunikasi yang unik, populis, dan kultural. Gaya komunikasinya cenderung tidak formal, penuh empati, dan kuat secara simbolik, sehingga mudah diterima oleh masyarakat dari berbagai kalangan, khususnya di wilayah Jawa Barat yang masih sangat lekat dengan nilai-nilai tradisional dan kearifan lokal.

Secara umum, gaya komunikasi politik Dedi Mulyadi dapat dikategorikan sebagai gaya komunikasi populis dan partisipatif. Ia lebih banyak tampil sebagai “teman” atau “bapak” daripada sebagai “pejabat gubernur”. Dalam beberapa unggahan video di media sosial, beliau nampak tidak ragu untuk berbicara menggunakan bahasa Sunda (Assifa, 2025). Strategi ini memperkuat *sense of familiarity* antara dirinya dan masyarakat. Kesederhanaan dalam berpakaian, cara berbicara yang komunikatif, serta kebiasaannya terjun langsung ke lapangan tanpa protokol yang kaku, semakin memperkuat persepsi bahwa ia adalah pemimpin yang hadir, melihat, dan merasakan langsung kehidupan masyarakat.

Pengaruh dari gaya komunikasi ini terbukti dari tingginya tingkat keterhubungan emosional publik terhadap Dedi Mulyadi. Dalam survei Litbang Kompas (2024), Dedi tercatat sebagai figur politik dengan tingkat pengenalan publik tertinggi di Jawa Barat melalui media sosial, yakni sebesar 42%, dengan tingkat elektabilitas dan kesukaan yang cukup tinggi, terutama dari kalangan menengah ke bawah dan masyarakat desa. Banyak masyarakat mengaku melihat Dedi bukan sebagai politisi dalam arti formal, melainkan sebagai “panglima rakyat” yang memperjuangkan suara-suara yang sering kali tak terdengar. Ini menjadi indikator kuat bahwa gaya komunikasi yang digunakan tidak hanya diterima secara rasional, tetapi juga secara afektif.

7. Dinamika Persepsi Kelompok di Masyarakat Jawa Barat akibat Komunikasi Politik Dedi Mulyadi

Komunikasi politik Dedi Mulyadi melalui media sosial telah menciptakan dinamika persepsi yang kompleks di tengah masyarakat Jawa Barat. Gaya komunikasinya yang populis

dan berbasis budaya lokal memunculkan respons yang beragam dari publik digital, yang kemudian membentuk dua kutub utama yakni kelompok pendukung dan kelompok pengkritik. Polarisasi ini tidak hanya menunjukkan efektivitas komunikasi dalam menarik perhatian, tetapi juga mencerminkan bagaimana narasi politik di media sosial bisa memicu fragmentasi dalam opini masyarakat.

Kelompok pendukung Dedi Mulyadi umumnya berasal dari masyarakat menengah ke bawah, pelaku UMKM, dan komunitas adat atau budaya lokal yang merasa terwakili oleh gaya komunikasi dan konten-konten yang ia tampilkan. Di ruang digital, kelompok ini sering muncul dalam bentuk akun *fanbase* seperti “Sahabat Kang Dedi” di Facebook dan grup WhatsApp warga yang menyebarkan video-video bantuan sosial atau kunjungan Dedi Mulyadi ke desa-desa. Konten semacam ini kerap diviralkan dan mendapat reaksi positif, misalnya pada video saat ia menyekolahkan anak jalanan atau merenovasi rumah warga miskin yang ditonton jutaan kali di YouTube dan TikTok. Sebaliknya, kelompok pengkritik muncul dari kalangan netizen yang skeptis terhadap gaya populis Dedi Mulyadi, serta sebagian aktivis dan akademisi yang menilai pendekatannya terlalu berfokus pada pencitraan dan bantuan materi tanpa menyentuh isu struktural.

Dinamika ini menunjukkan bahwa komunikasi politik di ruang digital bukanlah proses satu arah, melainkan arena interaksi yang membentuk opini kelompok secara dinamis. Lebih lanjut, polarisasi ini juga diperkuat oleh algoritma media sosial yang cenderung memperkuat bias kelompok. Dengan demikian, maka strategi komunikasi Dedi Mulyadi di media sosial tidak hanya berhasil membangun dukungan, tetapi juga menciptakan medan kontestasi opini yang aktif. Walaupun mendapat respons negatif dari sebagian kalangan, keberadaan kritik ini justru menunjukkan bahwa komunikasi politiknya berdampak dan menjadi bahan perbincangan publik digital secara luas.

8. Peran Media Sosial dalam Memperkuat, Membentuk, atau Mempolarisasi Persepsi Kelompok Masyarakat terhadap Citra Politik Dedi Mulyadi di Era Demokrasi Digital

Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk dan menyebarluaskan citra politik Dedi Mulyadi (KDM) di era demokrasi digital. Melalui kanal media sosial seperti YouTube dan TikTok, KDM secara aktif membangun narasi dirinya sebagai pemimpin

pro-rakyat dengan menampilkan aksi sosial dan pendekatan budaya lokal. Strategi ini membuatnya dikenal luas, terbukti dari data kanal YouTube resminya yang memiliki lebih dari 4 juta pelanggan dan total penayangan miliaran kali (Social Blade, 2023).

Namun, media sosial juga menciptakan polarisasi persepsi. Kelompok pendukung menilai KDM sebagai sosok empatik dan solutif, sedangkan kelompok pengkritik menganggap gaya komunikasinya sebagai bentuk pencitraan semata. Fenomena ini mencerminkan apa yang disebut *echo chamber*, di mana masyarakat terjebak dalam ruang opini yang sejalan dengan pandangan mereka (Sunstein, 2001). Dengan demikian, dalam hal ini media sosial berperan ganda sebagai alat efektif untuk memperkuat citra positif, sekaligus sebagai ruang kontestasi yang memunculkan fragmentasi opini publik. Dalam demokrasi digital, kekuatan politik tidak hanya ditentukan oleh pesan, tetapi juga oleh bagaimana publik menafsirkan dan menyebarkannya.

SIMPULAN

1. Dedi Mulyadi secara konsisten menerapkan strategi komunikasi politik digital yang menonjolkan pendekatan personal, kultural, dan empatik melalui media sosial. Melalui *storytelling* budaya, humanisasi tokoh, dan penggunaan konten emosional di berbagai platform seperti YouTube dan TikTok, ia berhasil membangun citra sebagai pemimpin pro rakyat. Strategi ini efektif dalam menciptakan kesan bahwa ia adalah pemimpin yang hadir langsung di tengah masyarakat, bukan sekadar figur formal dalam sistem pemerintahan.
2. Gaya komunikasi yang sederhana, empatik, dan menggunakan bahasa lokal secara langsung berdampak pada peningkatan persepsi positif publik terhadap Dedi Mulyadi, khususnya di Jawa Barat. Ia dipandang sebagai pemimpin yang autentik, dekat, dan mampu mewakili suara rakyat kecil. Kedekatan emosional ini membentuk loyalitas simbolik yang kuat, sebagaimana terlihat dari keterlibatan dan dukungan masyarakat terhadap setiap kontennya.
3. Komunikasi politik yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi menimbulkan polarisasi opini publik di ruang digital. Masyarakat terbagi menjadi dua kelompok besar: pendukung yang merasa terwakili secara nilai dan emosional, serta penolak yang menilai gaya

komunikasinya sebagai populisme atau pencitraan berlebihan. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana komunikasi politik dapat menciptakan interaksi sosial yang kompleks antar kelompok dalam masyarakat.

4. Media sosial memiliki peran krusial dalam memperkuat, membentuk, dan bahkan mempolarisasi persepsi masyarakat terhadap citra politik seorang tokoh. Dalam kasus Dedi Mulyadi, media sosial bukan hanya menjadi medium distribusi pesan, tetapi juga arena kontestasi makna dan penilaian. Efek echo chamber dan algoritma turut memperkuat keterbelahan opini, menjadikan ruang digital sebagai ladang pertarungan simbolik antara pendukung dan pengkritik.

Saran

1. Bagi politisi dan praktisi komunikasi, perlu adanya kesadaran dalam merancang komunikasi politik yang tidak hanya membangun citra, tetapi juga mengedepankan nilai edukatif dan partisipatif. Pendekatan personal dan empatik seperti yang dilakukan Dedi Mulyadi bisa menjadi strategi efektif, namun harus diimbangi dengan transparansi dan substansi kebijakan.
2. Bagi masyarakat, perlunya meningkatkan literasi media dan literasi politik agar mampu membedakan antara pencitraan politik dan kepemimpinan yang berdampak nyata. Respons terhadap konten politik sebaiknya dilandasi dengan pemikiran kritis dan data, bukan semata-mata karena sentimen emosional.
3. Bagi akademisi dan peneliti, perlu dilakukan kajian lebih lanjut mengenai pengaruh komunikasi politik digital terhadap perubahan perilaku politik masyarakat, terutama dalam konteks pembentukan opini kelompok. Fokus pada aspek algoritma media sosial dan dinamika komunikasi kelompok dapat memperkaya literatur akademik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K. (2025). Komunikasi Kang Dedi Mulyadi (KDM): Gubernur Konten di Era Digital. Tugu Bandung.
- Alam, S. (2021). Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik. *Avant Garde*, 9(1), 67.
- Alfiyani, N. (2018). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik. *Potret Pemikiran*, 22(1).
- Anam, C. (2025). Antara Gubernur dan Konten Kreator: Menyimak Gaya Komunikasi Publik ala Kang Dedi Mulyadi. *Kompasiana*.
- Andriani, V. W. (2019). Meme politik Setya Novanto sebagai representasi demokrasi digital di Indonesia: Analisis wacana kritis. *Adabiyat: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 3(2), 231–260.
- Assifa, F. (2025). Dedi Mulyadi Pidato dengan Bahasa Sunda “Buhun” dan Disambut Riuhs Tepuk Tangan. *Kompas*.
- Fitriani, D., Budiyan, Y., Hardika, A. R., & Choerunissa, M. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Proses Demokrasi Di Indonesia: Analisis Peran Teknologi Dan Media Sosial. *Advances In Social Humanities Research*, 1(4), 362–371.
- Herlambang. (2024). Survei Litbang “Kompas”. Dedi Mulyadi Tertinggi, Pesaing Mengamini, Warga Ingin Bukti. *Kompas*.
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 145–161.
- Indrawan, R. M. J. (2017). Dampak komunikasi politik dan opini publik terhadap perilaku masyarakat. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 171–179.
- Kamiawati, N., & Gultom, E. R. (2023). MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PENDUKUNG KOMUNIKASI POLITIK. *Jurnal Suara Politik*, 2(1).
- Muchtar, K., & Djati Bandung, G. (2016). Komunikasi politik dan pembentukan citra partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136–147.
- Nuraliza, V., Rahmadi, A. N., Mubaroq, A., Kristiyono, K., Melani, A. P., & Ifana, A. (2024). Peran komunikasi politik dalam membentuk opini publik menghadapi Pemilu 2024. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan*, 4(1), 245–261.
- Sjoraida, D. F. (2025). Komunikasi Politik Di Era Digital: Pengaruh Media Sosial Terhadap Opini Publik. *Professional: Jurnal*

Komunikasi Dan Administrasi Publik,
12(1), 227–236.

Sudjaya, M. (2025). Sunda Bakti di Tangan Kang Dedi Mulyadi. Kumparan.

Supriyadi, H. (2018). Gaya kepemimpinan presiden Indonesia. *Jurnal Agregasi: Aksi*

Reformasi Government Dalam Demokrasi,
6(2).

Susanto, E. H. (2013). Dinamika komunikasi politik dalam pemilihan umum. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 163–172.