

Strategi Komunikasi Politik Digital dalam Membangun Citra Publik: Analisis Konten *YouTube* Dedi Mulyadi

Wahyu Adam ¹, Dani Setiadarma ²

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dian Nusantara Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2}

*Email Korespondensi: 211212161@mahasiswa.undira.ac.id

Diterima: 01-04-2026 | Disetujui: 06-04-2026 | Diterbitkan: 08-04-2026

ABSTRACT

This research is motivated by the public communication phenomenon carried out by the Governor of West Java, Dedi Mulyadi, through his YouTube channel, which has received widespread attention from the public, especially in West Java and netizens in Indonesia. Digital media provides a space for public figures to convey messages directly to the public through narrative and interactive audio-visual content. This study aims to analyze the communication strategies used in building a positive image through the YouTube platform. This study uses a qualitative approach with content analysis methods and in-depth interviews with six informants consisting of internal and external informants. The data obtained are analyzed using thematic analysis techniques to identify patterns of communication strategies and the image built in the eyes of the public. The results show that Dedi Mulyadi's communication strategies are diverse, including the perception of a humanist leader, a personal branding approach, and a populist communication style. The mapping of the formed image includes a leader who is close to the people, transparent, and humanistic, as well as a planned emotional personal branding with symbolic humanity. Dedi Mulyadi's use of YouTube is an effective communication strategy in building public trust. The success of this strategy is also reflected in digital indicators such as the number of subscribers, likes, comments, and content sharing. Furthermore, the effectiveness of this communication strategy is due to the narrative and humanistic speaking style used, which were appropriately received, especially by informants from West Java Province. Despite challenges such as the potential for misinformation and negative comments, message consistency, transparency, and open responses are key to maintaining a positive image and strengthening the emotional connection between leaders and the public.

Keywords: *Communication Strategy, Personal Branding, Political Image, Digital Media, YouTube*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena komunikasi publik yang dilakukan oleh Gubernur Jawa Barat, Dedi Mulyadi, melalui kanal YouTube yang memperoleh perhatian luas dari masyarakat, khususnya di Jawa Barat serta netizen di Indonesia. Media digital memberikan ruang bagi figur publik untuk menyampaikan pesan secara langsung kepada masyarakat melalui konten audio-visual yang bersifat naratif dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan dalam membangun citra positif melalui platform YouTube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten dan wawancara mendalam terhadap enam informan yang terdiri dari informan internal dan eksternal. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola strategi komunikasi serta citra yang terbangun di mata masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi beragam, meliputi persepsi sebagai pemimpin yang humanis, pendekatan personal branding, serta gaya komunikasi populis. Pemetaan citra yang terbentuk mencakup pemimpin yang merakyat, transparan, humanis, serta personal branding emosional yang terencana dengan simbolik-humanitas. Pemanfaatan YouTube oleh Dedi Mulyadi

merupakan strategi komunikasi yang efektif dalam membangun kepercayaan publik. Keberhasilan strategi ini juga tercermin dari indikator digital seperti jumlah subscriber, like, komentar, dan tingkat pembagian konten. Selain itu, efektivitas strategi komunikasi ini dikarenakan narasi dan gaya berbicara humanis yang digunakan dan diresepsikan dengan tepat khususnya informan dari Provinsi Jawa Barat. Meski terdapat tantangan seperti potensi misinformasi dan komentar negatif, konsistensi pesan, transparansi, serta respons yang terbuka menjadi kunci dalam menjaga citra positif dan memperkuat relasi emosional antara pemimpin dan publik.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Personal Branding, Citra Politik, Media Digital, YouTube.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Adam, W., & Setiadarma, D. (2026). Strategi Komunikasi Politik Digital dalam Membangun Citra Publik: Analisis Konten YouTube Dedi Mulyadi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 1124-1137. <https://doi.org/10.63822/kjmkhd02>

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, layanan penyiaran televisi menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensinya sebagai sumber informasi, edukasi, dan hiburan akibat pesatnya perkembangan internet dan platform digital. Kehadiran media digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok telah mendorong terjadinya disrupsi media yang secara signifikan menggeser pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi muda, yang cenderung lebih memilih konten audio visual yang bersifat fleksibel, interaktif, dan dapat diakses kapan saja dibandingkan dengan siaran televisi konvensional (Rahman et al., 2025).

Beberapa politisi di Indonesia telah memanfaatkan media sosial dengan pendekatan yang berbeda sesuai dengan tujuan komunikasi politik yang ingin dicapai. Misalnya, Basuki Tjahaja Purnama menggunakan media sosial sebagai sarana transparansi pemerintahan dan akuntabilitas publik selama masa jabatannya sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2014–2017. Melalui penyajian konten audio-visual yang menampilkan aktivitas kerja dan pengambilan keputusan secara terbuka, ia membangun citra sebagai pemimpin yang tegas, jujur, dan transparan (Setiawan, 2017).

Berbeda dengan pendekatan tersebut, Ganjar Pranowo memanfaatkan media sosial lebih sebagai sarana komunikasi elektoral dan interaksi langsung dengan masyarakat. Melalui berbagai platform digital, Ganjar aktif membangun komunikasi dua arah dengan publik serta memperkuat citra kepemimpinan yang responsif dan dekat dengan masyarakat (Wibisono & Nusantara, 2022).

Sementara itu, strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi melalui YouTube menunjukkan karakter yang berbeda. Konten yang disajikan tidak hanya berfokus pada transparansi pemerintahan atau komunikasi elektoral, tetapi juga menonjolkan narasi budaya lokal, pendekatan humanistik, serta interaksi langsung dengan masyarakat dalam berbagai persoalan sosial. Pendekatan ini menjadikan YouTube tidak hanya sebagai media informasi politik, tetapi juga sebagai ruang representasi nilai-nilai budaya dan kedekatan emosional antara pemimpin dan masyarakat.

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah mengubah pola komunikasi politik dari yang bersifat satu arah menjadi lebih interaktif dan partisipatif. Platform seperti YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media dalam ruang digital. Tingginya jumlah subscribers dan total tayangapenyampaian informasi, tetapi juga menjadi ruang strategis bagi aktor politik untuk membangun komunikasi langsung dengan masyarakat. Dalam konteks ini, komunikasi tidak lagi hanya menekankan pada penyampaian pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dikonstruksi, disampaikan, dan dimaknai oleh audiens di ruang digital.

Sementara itu, strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi melalui YouTube menunjukkan karakter yang khas. Konten yang disajikan tidak hanya berfokus pada informasi kebijakan atau komunikasi politik formal, tetapi juga menonjolkan narasi budaya lokal, pendekatan humanistik, serta interaksi langsung dengan masyarakat dalam berbagai persoalan sosial. Pendekatan ini menjadikan YouTube sebagai ruang komunikasi yang bersifat simbolik dan emosional, di mana pesan tidak hanya disampaikan secara informatif, tetapi juga membangun kedekatan antara pemimpin dan masyarakat.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas penggunaan media sosial oleh politisi dalam membangun citra kepemimpinan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek transparansi pemerintahan atau komunikasi politik elektoral. Oleh karena itu, masih terdapat ruang penelitian untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi digital yang mengintegrasikan narasi budaya, pendekatan humanistik, dan interaksi sosial—seperti yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi—dapat membentuk citra kepemimpinan di media sosial, khususnya melalui platform YouTube.

METODE PENELITIAN

Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan **paradigma konstruktivis**, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang bersifat subjektif dan dibentuk melalui proses interaksi sosial serta konstruksi makna oleh individu. Dalam paradigma ini, kebenaran tidak bersifat tunggal, melainkan merupakan hasil interpretasi yang dibangun oleh aktor sosial berdasarkan pengalaman dan konteks tertentu (Lincoln & Guba, 1985).

Dalam konteks penelitian ini, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Gubernur Jawa Barat Dedi Mulyadi melalui media digital tidak dipandang sebagai realitas yang objektif dan tetap, melainkan sebagai proses komunikasi yang menghasilkan berbagai makna di kalangan audiens. Konten YouTube yang ditampilkan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengandung simbol, narasi, serta representasi tertentu yang kemudian diinterpretasikan secara beragam oleh masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Analisis Konten Kualitatif (*Qualitative Content Analysis*) dengan pendekatan deskriptif dan didukung oleh wawancara mendalam, yang berlandaskan pada paradigma konstruktivis.

Metode analisis konten kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami makna, pola komunikasi, serta representasi pesan yang terdapat dalam konten media digital, khususnya pada video di kanal YouTube Dedi Mulyadi. Analisis ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji isi pesan secara sistematis melalui proses kategorisasi, interpretasi, dan penarikan makna dari data yang dianalisis (Krippendorff, 2018).

Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi dalam membangun citra kepemimpinan melalui media digital. Sementara itu, wawancara mendalam digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil analisis konten, khususnya dalam memahami bagaimana audiens memaknai pesan komunikasi yang disampaikan.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis melalui proses analisis isi kualitatif yang meliputi tahap reduksi data, coding, kategorisasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola strategi komunikasi, membangun kategori personal branding, serta memahami bagaimana citra kepemimpinan terbentuk di ruang publik digital.

Dengan menggunakan metode Analisis Konten Kualitatif yang dipadukan dengan pendekatan deskriptif dan wawancara mendalam, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika komunikasi politik digital, khususnya dalam proses pembentukan citra kepemimpinan di media sosial.

Subjek & Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek yang dianalisis adalah konten komunikasi publik yang dipublikasikan oleh Dedi Mulyadi melalui platform media sosial YouTube.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan yang didasarkan pada kriteria tertentu sehingga informan yang dipilih memiliki pengetahuan atau pengalaman yang berkaitan dengan objek penelitian.

Pemilihan informan dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh berbagai perspektif mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi dalam membangun citra publik melalui media sosial.

Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak enam orang yang berasal dari latar belakang yang berbeda untuk memperoleh sudut pandang yang lebih komprehensif.

Tabel 1. Jenis Informan

No	Jenis Informan
1	Akademisi dan Pengamat komunikasi publik
2	Konten Kreator Profesional (Pihak Pro)
3	Netizen aktif yang mengikuti konten YouTube Dedi Mulyadi (Pihak Kontra)
4	Masyarakat umum (misalnya ibu rumah tangga sebagai representasi audiens)
5	Pengguna media sosial aktif (Warga Jawa Barat)
6	Informan warga Jawa Barat

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode sebagai berikut.

1. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada beberapa informan yang dipilih melalui teknik purposive sampling, seperti akademisi komunikasi, pengamat media sosial, praktisi komunikasi, serta masyarakat yang aktif mengonsumsi konten media sosial. Wawancara tersebut bertujuan untuk menggali pandangan informan mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh Dedi Mulyadi dalam membangun citra kepemimpinan melalui platform media sosial YouTube.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung konten video yang dipublikasikan pada kanal media sosial YouTube. Melalui observasi ini peneliti dapat mengidentifikasi pola komunikasi, bentuk interaksi dengan masyarakat, serta pesan-pesan yang disampaikan dalam konten tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumen tersebut dapat berupa rekaman video, tangkapan layar konten media sosial, berita daring, serta arsip digital yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi publik.

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif.

1. Reduksi Data, yaitu proses pemilihan, penyederhanaan, serta pemfokusan data yang diperoleh dari berbagai sumber penelitian.
2. Display Data atau penyajian data. Data yang telah direduksi kemudian disusun dan disajikan secara sistematis dalam bentuk tabel coding, matriks analisis, klasifikasi tema penelitian, serta kutipan hasil wawancara informan.
3. Penarikan kesimpulan dan Verifikasi. Pada tahap ini peneliti melakukan interpretasi terhadap pola-pola data yang telah dianalisis untuk memperoleh temuan penelitian. Proses verifikasi dilakukan dengan cara meninjau kembali data yang telah dikumpulkan serta membandingkannya dengan

teori yang digunakan dalam penelitian sehingga kesimpulan yang dihasilkan memiliki tingkat validitas yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Komunikasi

Berdasarkan pemetaan strategi komunikasi pada lima video yang dianalisis, terlihat bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi melalui kanal YouTube tidak hanya menampilkan aktivitas pemerintahan, tetapi juga menunjukkan penerapan unsur strategi komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek.

Dalam perspektif teori strategi komunikasi dari Onong Uchjana Effendy, keberhasilan komunikasi sangat ditentukan oleh kemampuan komunikator dalam mengenali karakteristik audiens, memilih media yang tepat, serta menyusun pesan yang sesuai dengan situasi komunikasi. Pada konten yang dianalisis, Dedi Mulyadi berperan sebagai komunikator yang secara langsung menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui media YouTube. Pesan yang disampaikan menekankan nilai dialog, kedekatan dengan masyarakat, serta respons cepat terhadap persoalan sosial.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan melalui YouTube telah memenuhi unsur strategi komunikasi sebagaimana dijelaskan dalam teori Effendy, di mana komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun hubungan antara pemimpin dan masyarakat.

Analisis Strategi Berdasarkan Persepsi Informan

Hasil wawancara dengan informan menunjukkan adanya beragam pemaknaan terhadap strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi. Sebagian informan menilai strategi tersebut sebagai pendekatan persuasif-partisipatif yang menekankan dialog dan kedekatan emosional dengan masyarakat. Namun, terdapat pula pandangan kritis yang melihat strategi tersebut sebagai bentuk komunikasi politik yang dirancang untuk memperkuat citra kepemimpinan di ruang publik digital.

Dalam perspektif komunikasi politik, penggunaan media digital oleh aktor politik dapat berfungsi sebagai sarana membangun hubungan langsung dengan publik tanpa melalui perantara media konvensional. Media sosial memungkinkan tokoh politik menampilkan aktivitas, nilai, serta gaya kepemimpinannya secara visual dan naratif sehingga membentuk persepsi tertentu di benak audiens.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi melalui YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi politik yang membangun kedekatan emosional dan memperkuat legitimasi kepemimpinan di mata masyarakat

Analisis Pembentukan Citra

Berdasarkan pemetaan citra dari hasil wawancara informan, terlihat bahwa citra yang terbentuk dari konten YouTube cenderung mengarah pada gambaran pemimpin yang merakyat, humanis, responsif, serta dekat dengan masyarakat. Persepsi ini muncul karena audiens dapat melihat secara langsung aktivitas kepemimpinan, interaksi dengan warga, serta respons terhadap berbagai persoalan sosial yang terjadi di masyarakat.

Jika dikaitkan dengan teori pembentukan citra dari Frank Jefkins, proses pembentukan citra terjadi melalui tahapan persepsi, kognisi, dan sikap. Pada tahap persepsi, audiens melihat visual aktivitas yang ditampilkan dalam video YouTube. Selanjutnya pada tahap kognisi, audiens mulai memahami pesan yang ingin disampaikan melalui narasi dan tindakan yang terlihat dalam video. Tahap terakhir adalah sikap, yaitu ketika audiens membentuk penilaian terhadap figur pemimpin tersebut, baik dalam bentuk dukungan, kepercayaan, maupun opini yang disampaikan melalui komentar dan diskusi di ruang digital.

Temuan ini menunjukkan bahwa konten YouTube berperan sebagai media yang memfasilitasi proses pembentukan citra politik melalui representasi visual aktivitas kepemimpinan di ruang publik digital.

Analisis Personal Branding

Selain membangun citra politik, pemanfaatan YouTube oleh Dedi Mulyadi juga dapat dipahami sebagai bagian dari strategi personal branding. Personal branding menekankan pentingnya konsistensi identitas, keunikan karakter, serta visibilitas tokoh di ruang publik.

Menurut konsep personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya, branding personal dibangun melalui beberapa prinsip utama seperti *specialization*, *personality*, dan *visibility*. Dalam konteks penelitian ini, *specialization* terlihat dari citra yang dibangun sebagai pemimpin yang dekat dengan masyarakat dan memahami budaya lokal. *Personality* tercermin melalui gaya komunikasi yang santai, dialogis, dan humanis ketika berinteraksi dengan warga. Sementara itu, *visibility* terlihat dari konsistensi produksi dan distribusi konten aktivitas kepemimpinan melalui kanal YouTube.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Dedi Mulyadi melalui YouTube sejalan dengan konsep personal branding yang menekankan konsistensi identitas serta visibilitas tokoh di ruang publik digital. Melalui konten yang menampilkan aktivitas lapangan, interaksi sosial, dan respons terhadap persoalan masyarakat, identitas kepemimpinan yang ingin dibangun menjadi lebih mudah dikenali oleh publik.

Tabel 2 Tema Utama, Subtema, dan Sumber Data Penelitian

No	Tema Utama	Subtema	Sumber Data
1	Strategi Komunikasi Dialogis	Interaksi langsung dengan demonstran	Analisis konten video “KDM Temui Pendemo”, wawancara informan
		Dialog dengan masyarakat dalam situasi konflik	Analisis konten video, wawancara akademisi komunikasi
		Mendengarkan aspirasi publik secara langsung	Wawancara penonton YouTube dan masyarakat
2	Komunikasi Humanis	Kunjungan ke rumah warga kurang mampu	Analisis konten video “Kunjungan ke Rumah Warga Kurang Mampu”
		Komunikasi empatik dengan masyarakat	Wawancara masyarakat umum dan penonton YouTube
		Kepedulian terhadap kondisi sosial masyarakat	Analisis konten dan wawancara praktisi komunikasi
3	Transparansi dan Akuntabilitas Kebijakan	Sidak ke perusahaan terkait sumber daya alam	Analisis konten video “Sidak ke Perusahaan Air Mineral”
		Penjelasan kebijakan secara terbuka kepada publik	Wawancara pengamat media sosial
		Pengawasan distribusi bantuan sosial	Analisis konten video dan wawancara informan

No	Tema Utama	Subtema	Sumber Data
4	Ketegasan dalam Penegakan Aturan	Penutupan aktivitas galian tanah ilegal	Analisis konten video “Tutup Galian Tanah Ilegal”
		Penyelesaian konflik melalui dialog	Analisis konten video dan wawancara pengamat komunikasi politik
		Upaya menjaga lingkungan dan kepentingan publik	Analisis konten dan wawancara praktisi komunikasi
5	Kedekatan Pemimpin dengan Masyarakat	Kehadiran langsung di tengah masyarakat	Analisis konten video “KDM Diburu Warga Pengungsi Sumbar”
		Interaksi langsung dengan warga terdampak	Wawancara masyarakat dan penonton YouTube
		Penyampaian bantuan kepada masyarakat	Analisis konten video dan wawancara informan
6	Personal Branding Kepemimpinan	Representasi pemimpin yang peduli masyarakat	Analisis konten video dan wawancara informan
		Konsistensi aktivitas sosial di media digital	Analisis konten YouTube
		Pembentukan citra positif kepemimpinan	Analisis keseluruhan data penelitian

Berdasarkan hasil observasi terhadap sejumlah video yang diunggah pada kanal YouTube milik Dedi Mulyadi, ditemukan bahwa gaya komunikasi yang ditampilkan cenderung bersifat humanis dan menonjolkan interaksi langsung dengan masyarakat. Hal ini terlihat dari beberapa konten yang memperlihatkan dialog langsung dengan warga, penggunaan bahasa sederhana, serta pendekatan yang tidak formal dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Temuan tersebut diperoleh dari analisis konten video yang menampilkan aktivitas Dedi Mulyadi ketika berinteraksi dengan masyarakat di berbagai daerah di Jawa Barat. Dalam beberapa video, terlihat bahwa komunikasi yang dilakukan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menunjukkan empati terhadap permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi konten YouTube dan wawancara dengan informan, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi yang ditampilkan dalam kanal tersebut cenderung menekankan pendekatan humanis serta membangun kedekatan emosional dengan masyarakat.

Dalam perspektif strategi komunikasi, temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan media digital oleh Dedi Mulyadi merupakan bagian dari strategi komunikasi yang dirancang untuk membangun hubungan dengan publik. Hal ini sejalan dengan konsep strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy yang menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens.

Selain itu, konsistensi penyampaian pesan melalui konten YouTube juga berperan dalam membentuk identitas personal seorang tokoh politik. Hal ini sesuai dengan konsep personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya yang menjelaskan bahwa identitas seorang figur publik dapat dibangun melalui komunikasi yang konsisten di ruang publik.

Dalam perspektif komunikasi politik, proses tersebut berkontribusi terhadap pembentukan citra politik seorang tokoh di mata masyarakat. Menurut Dan Nimmo, citra politik terbentuk melalui pesan komunikasi serta interpretasi publik terhadap tindakan seorang tokoh politik.

Analisis Komunikasi Simbolik dalam Konten YouTube

Selain strategi komunikasi yang terlihat melalui narasi dan tindakan di lapangan, konten pada kanal YouTube milik Dedi Mulyadi juga memperlihatkan penggunaan komunikasi simbolik dalam membangun citra kepemimpinan. Komunikasi simbolik merujuk pada penggunaan tanda, visual, maupun tindakan tertentu yang menyampaikan makna tertentu kepada publik tanpa harus dijelaskan secara eksplisit

Dalam lima video yang dianalisis, simbolik kepemimpinan terlihat melalui beberapa bentuk representasi visual dan narasi yang secara konsisten ditampilkan.

1. Simbol Kehadiran Pemimpin di Tengah Masyarakat

Salah satu simbol yang paling menonjol adalah kehadiran langsung di tengah masyarakat. Dalam video seperti *“KDM Temui Pendemo – Hadapi Provokasi dengan Tenang”*, visual yang memperlihatkan KDM berada di tengah kerumunan massa menjadi simbol kepemimpinan yang berani menghadapi konflik secara langsung.

Kehadiran tersebut bukan sekadar aktivitas lapangan, tetapi juga membangun makna simbolik bahwa pemimpin tidak menjaga jarak dengan masyarakat. Dalam perspektif komunikasi politik, simbol kehadiran ini memperkuat citra pemimpin yang responsif dan siap menghadapi permasalahan publik secara langsung.

2. Simbol Ketegasan dalam Penegakan Aturan

Simbol ketegasan terlihat dalam video *“Tutup Galian Tanah Ilegal”* serta *“Sidak ke Perusahaan Air Mineral”*. Dalam kedua video tersebut, tindakan menghentikan aktivitas yang dianggap melanggar aturan menjadi simbol komitmen terhadap penegakan hukum dan perlindungan kepentingan masyarakat.

Narasi yang muncul dalam video tersebut tidak hanya menampilkan tindakan administratif, tetapi juga membangun representasi kepemimpinan yang tegas dan berani mengambil keputusan. Simbol ketegasan ini memperkuat pesan bahwa kepemimpinan tidak hanya berorientasi pada popularitas, tetapi juga pada keberanian dalam menjalankan kebijakan.

3. Simbol Empati terhadap Masyarakat

Simbol lain yang muncul dalam konten video adalah empati terhadap masyarakat kecil. Hal ini terlihat dalam video *“Kunjungan ke Rumah Warga Kurang Mampu”*, di mana interaksi langsung dengan warga serta pemberian bantuan ditampilkan sebagai bentuk kepedulian sosial.

Visual yang memperlihatkan dialog langsung dengan warga, kondisi rumah sederhana, serta penyampaian bantuan menjadi simbol kepedulian pemimpin terhadap masyarakat yang membutuhkan. Simbol ini memperkuat citra kepemimpinan yang humanis dan dekat dengan rakyat.

4. Simbol Kedekatan Budaya Lokal

Selain simbol tindakan kepemimpinan, konten YouTube juga menampilkan simbol budaya lokal, seperti penggunaan bahasa daerah, gaya komunikasi santai, serta interaksi dengan masyarakat desa. Elemen-elemen ini memperkuat identitas lokal yang menjadi bagian dari personal branding kepemimpinan.

Dalam konteks komunikasi politik, penggunaan simbol budaya lokal dapat memperkuat kedekatan emosional antara pemimpin dan masyarakat karena menciptakan kesan bahwa pemimpin memahami nilai dan tradisi yang hidup di masyarakat.

Pembahasan Analisis Simbolik

Berdasarkan hasil analisis terhadap lima video pada kanal YouTube, komunikasi simbolik yang ditampilkan membangun representasi kepemimpinan melalui beberapa simbol utama, yaitu:

1. Simbol kehadiran langsung → pemimpin hadir di tengah masyarakat dan konflik sosial.
2. Simbol ketegasan → tindakan tegas dalam menegakkan aturan dan mengawasi kebijakan publik.
3. Simbol empati → interaksi dengan masyarakat kecil serta pemberian bantuan sosial.
4. Simbol budaya lokal → penggunaan bahasa daerah dan pendekatan komunikasi yang dekat dengan masyarakat.

Kombinasi simbol-simbol tersebut membentuk visual storytelling kepemimpinan yang memperkuat citra pemimpin yang tegas, responsif, serta dekat dengan masyarakat. Dengan demikian, kanal YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi simbolik yang membangun makna kepemimpinan di ruang publik digital.

Berdasarkan hasil observasi terhadap konten pada kanal YouTube milik Dedi Mulyadi, penelitian ini menemukan bahwa konten yang ditampilkan tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan pemerintahan, tetapi juga sebagai media komunikasi yang membangun citra kepemimpinan di ruang publik digital.

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung konten video yang diunggah pada kanal YouTube Dedi Mulyadi dalam periode Januari 2025 hingga Januari 2026. Objek observasi difokuskan pada konten video yang menampilkan aktivitas komunikasi publik, seperti:

1. Interaksi langsung dengan masyarakat (dialog, wawancara, respons spontan)
2. Penanganan konflik sosial (misalnya menemui demonstran)
3. Kegiatan inspeksi lapangan (sidak, penutupan aktivitas ilegal)
4. Kunjungan sosial kepada masyarakat

Teknik observasi yang digunakan adalah observasi non-partisipan, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas yang diamati, tetapi berperan sebagai pengamat terhadap konten yang ditampilkan di media digital.

Dalam proses observasi, peneliti menggunakan beberapa indikator analisis, yaitu:

1. Strategi komunikator: cara Dedi Mulyadi menampilkan diri, gaya komunikasi, dan interaksi dengan masyarakat
2. Strategi pesan: isi pesan yang disampaikan, seperti nilai kemanusiaan, kepedulian sosial, dan budaya lokal
3. Strategi media: penggunaan YouTube sebagai media komunikasi visual dan naratif
4. Respon audiens (indikasi efek komunikasi): tanggapan yang muncul dalam bentuk persepsi informan

Hasil observasi menunjukkan bahwa aktivitas yang ditampilkan dalam berbagai video seperti menemui pendemo, melakukan sidak, menutup aktivitas ilegal, serta mengunjungi masyarakat yang membutuhkan memperlihatkan representasi kepemimpinan yang aktif turun ke lapangan dan berinteraksi langsung dengan masyarakat.

Temuan tersebut kemudian diperkuat dengan data hasil wawancara dengan beberapa informan penelitian yang memiliki latar belakang berbeda, seperti pengamat komunikasi publik, konten kreator, netizen, serta masyarakat umum. Informan AR menilai bahwa strategi komunikasi yang dilakukan melalui YouTube bersifat persuasif-partisipatif karena menampilkan dialog langsung dengan masyarakat serta

storytelling aktivitas lapangan. Sementara itu, informan TR melihat pendekatan tersebut sebagai strategi komunikasi berbasis emosional yang bertujuan membangun kedekatan dengan publik sekaligus memperkuat legitimasi kepemimpinan.

Selain itu, informan dari masyarakat umum seperti HR dan RQ menyatakan bahwa konten YouTube tersebut membuat masyarakat merasa lebih dekat dengan pemimpin daerah karena dapat melihat secara langsung bagaimana pemimpin berinteraksi dengan warga serta merespons berbagai persoalan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang membentuk hubungan antara pemimpin dan masyarakat.

Jika dikaitkan dengan teori strategi komunikasi, temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan telah mencakup unsur komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek komunikasi. Selain itu, konsistensi konten yang menampilkan aktivitas lapangan dan interaksi sosial memperkuat personal branding sebagai pemimpin yang dekat dengan masyarakat, yang selanjutnya berkontribusi terhadap pembentukan citra politik melalui proses persepsi, kognisi, dan sikap di kalangan audiens.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap konten video serta wawancara dengan informan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi melalui kanal YouTube tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat, tetapi juga sebagai media pembentukan citra politik dan personal branding di ruang publik digital. Untuk memahami proses tersebut secara komprehensif, penelitian ini mengintegrasikan beberapa perspektif teori komunikasi.

Pertama, strategi komunikasi yang digunakan dapat dijelaskan melalui konsep strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy. Dalam teori ini dijelaskan bahwa keberhasilan komunikasi ditentukan oleh unsur komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, Dedi Mulyadi berperan sebagai komunikator yang secara aktif menyampaikan pesan melalui media YouTube. Pesan yang disampaikan umumnya menekankan narasi kepemimpinan yang dekat dengan masyarakat, responsif terhadap persoalan sosial, serta berani mengambil keputusan di lapangan.

Media YouTube berfungsi sebagai saluran komunikasi digital yang memungkinkan pesan tersebut menjangkau audiens yang luas sekaligus menghadirkan visualisasi aktivitas secara langsung. Melalui format audiovisual, audiens tidak hanya menerima informasi secara verbal, tetapi juga dapat melihat ekspresi, gestur, serta situasi sosial yang menyertai pesan komunikasi tersebut.

Kedua, strategi komunikasi tersebut juga berkaitan dengan proses pembentukan personal branding. Konsep personal branding yang dikemukakan oleh Peter Montoya menekankan pentingnya konsistensi identitas, keunikan karakter, serta visibilitas tokoh di ruang publik. Dalam konten YouTube yang dianalisis, personal branding Dedi Mulyadi terlihat melalui konsistensi penampilan dirinya sebagai pemimpin yang aktif turun ke lapangan, berinteraksi langsung dengan masyarakat, serta menampilkan nilai empati dan kepedulian sosial.

Prinsip specialization terlihat dari citra yang dibangun sebagai pemimpin yang dekat dengan masyarakat dan memahami nilai budaya lokal. Prinsip personality tercermin melalui gaya komunikasi yang santai, dialogis, dan humanis ketika berinteraksi dengan warga. Sementara itu, prinsip visibility terlihat dari konsistensi produksi konten aktivitas kepemimpinan yang diunggah secara rutin melalui kanal YouTube.

Ketiga, strategi komunikasi dan personal branding tersebut pada akhirnya berkontribusi terhadap pembentukan citra politik di mata masyarakat. Proses pembentukan citra ini dapat dijelaskan melalui

konsep citra yang dikemukakan oleh Frank Jefkins yang menjelaskan bahwa citra terbentuk melalui tiga tahapan utama, yaitu persepsi, kognisi, dan sikap.

Pada tahap persepsi, audiens melihat dan mengamati konten video yang menampilkan berbagai aktivitas kepemimpinan. Selanjutnya pada tahap kognisi, audiens mulai memahami pesan yang disampaikan melalui narasi serta tindakan yang terlihat dalam video tersebut. Tahap terakhir adalah sikap, yaitu ketika audiens membentuk penilaian tertentu terhadap figur pemimpin tersebut, baik dalam bentuk dukungan, kepercayaan, maupun kritik yang disampaikan melalui interaksi di media sosial.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pemanfaatan YouTube oleh Dedi Mulyadi tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi digital, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam membangun citra kepemimpinan di ruang publik. Konten yang menampilkan aktivitas lapangan, interaksi dengan masyarakat, serta respons terhadap berbagai persoalan sosial membentuk representasi visual kepemimpinan yang responsif, humanis, dan dekat dengan masyarakat.

Berdasarkan integrasi teori tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan melalui YouTube berperan dalam memperkuat personal branding sekaligus membentuk citra politik di mata publik. Proses tersebut terjadi melalui kombinasi antara pesan komunikasi yang konsisten, visualisasi aktivitas kepemimpinan, serta interaksi langsung dengan masyarakat yang ditampilkan dalam konten video.

SARAN

Saran Akademis

1. Dikarenakan minimnya jumlah informan, penelitian selanjutnya dapat meningkatkan jumlah informan dan memperdalam penelitian melalui metode observasi di lapangan dan wawancara dengan pejabat Pemprov Jawa Barat.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan perbandingan sudut pandang pemberitaan dari pemimpin redaksi media massa khususnya pemberitaan mereka terkait KDM. Hal ini akan memberikan kedalaman pemaknaan dan efektivitas strategi komunikasi KDM.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis semiotika terhadap komentar baik saran maupun kritik dalam beberapa postingan video di kolom komentar media Youtube Channel KDM sehingga mendapatkan penggambaran simbolis yang dapat diterjemahkan dalam suatu kesimpulan atas kepuasan atau ketidakpuasan dengan strategi komunikasi KDM.

Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil temuan bahwa adanya sinergisitas antara pencitraan dengan kebijakan yang diterapkan oleh Pemprov Jawa Barat sehingga memberikan manfaat maksimal kepada masyarakat Jawa Barat.
2. Berdasarkan hasil temuan bahwa adanya *public hearing* bagi masyarakat Jawa Barat terkait masukan dan kritik yang intelektual untuk merumuskan kebijakan yang lebih populis dan relevan bagi perbaikan di Provinsi Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fikri, M. (2025). *Gaya komunikasi budaya Dedi Mulyadi dalam mewujudkan Jabar Istimewa* (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, [Universitas Sangga Buana], Indonesia.
- ANTARA News. (2026, Januari). Transformasi gaya komunikasi Gen Z dan tantangan bagi media di Indonesia. ANTARA News.
- Arsyam, M., & Tahir, M. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif: Pendekatan, metode, dan aplikasi di lapangan*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- Berger, C. R. (1997). *Planning Strategic Interaction: Attaining Goals Through Communicative Action*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bovee, C. L., & Thill, J. V. (2003). *Business communication today* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Coombs (2015) rujukan utama teori komunikasi krisis, dialog langsung, dan manajemen konflik publik
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. McGraw-Hill.
- Effendy, O. U. (2003a). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2003b). *Ilmu komunikasi teori dan praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- El-Astal, M., & El-Youssef, K. (2025). Digital communication and interaction in modern networks. *Future Learning Systems Journal*, 12(3), 45–60.
- Fahrudin, A., Lisnarini, N., & Dewi, G. K. (2025). Populisme kebijakan Gubernur Jawa Barat Dedi Mulyadi (Studi analisis sentimen). *Ilmu Komunikasi, Volume(05)*, 17-31.
- Grunig & Hunt (1984) teori komunikasi dua arah simetris dan pendekatan dialogis
- Halik, A. (2013). *Komunikasi massa*. Makassar: Alauddin University Press.
- Handoko, T. H. (2003). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jabar News (2025). *Dedi Mulyadi Relokasi Korban Banjir Bojongsong, Kasih Rp 10 Juta per-KK Buat Ngontrak*. Dikutip dari laman https://www.jabarnews.com/daerah/dedi-mulyadi-relokasi-korban-banjir-bojongsong-rp10-juta/?utm_source=chatgpt.com
- Jefkins, F. (1995). *Public Relations*. London: Pitman Publishing.
- Jefkins, F. (2003). *Public relations* (Edisi kelima). Jakarta: Erlangga.
- Kompas.(2025). *Julukan “Gubernur Konten” untuk Dedi Mulyadi ...* Dikutip pada laman https://bandung.kompas.com/read/2025/04/30/070041378/julukan-gubernur-konten-untuk-dedi-mulyadi?utm_source=chatgpt.com
- Madhangi. (2025). Konstruksi konten media sosial yang membentuk persepsi publik Gubernur Dedi Mulyadi dalam menata Jawa Barat. *Ilmu Komunikasi, Volume(04)*, 030-048.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, & Johnny Saldaña. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications.
- McNair, B. (2018). *An introduction to political communication* (6th ed.). London: Routledge.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The brand called you: Make your business stand out in a crowded marketplace*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Montoya, P. (2002). *The personal branding phenomenon*. Personal Branding Press.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nimmo, D. (2011). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi politik: Khalayak dan efek*. Remaja Rosdakarya.
- Northouse (2021) teori komunikasi kepemimpinan dan peran pemimpin dalam membangun kepercayaan publik
- Rahman, A., Zulaikha, Z., & Widiarto, D. S. (2025). Inovasi konten televisi untuk generasi muda: Tantangan dan peluang dalam meningkatkan keterlibatan pemirsa muda. *Jurnal Media Informatika*, 6(3), 1603–1607.
- Rambe, A. S., Fitri, A., Siregar, N. P., Naufik, I., Harahap, R. R., & Nugroho, M. D. (2025). Komunikasi politik Edy Mulyadi dalam akun YouTube pribadi: Kajian personalisasi dan strategi komunikasi. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Volume(04)*.
- Pace, R. W., Peterson, B. D., & Burnett, M. D. (2013). *Techniques for effective communication*. New York: McGraw-Hill.
- Pandu, P. (2023, Desember 23). Media konvensional kian terdisrupsi media digital. Kompas.id.
- Pikiran Rakyat. (2025). *Awal Mula KDM disebut 'Bapak Aing', Lengkap dengan Artinya*. Dikutip dari laman https://www.pikiran-rakyat.com/news/pr-019319615/awal-mula-kdm-disebut-bapak-aing-lengkap-dengan-artinya?utm_source=chatgpt.com
- Sarumaha, G. A. (2025). *Kepemimpinan Kang Dedi Mulyadi: Gebrakan yang menginspirasi generasi muda* (Skripsi Sarjana). Program Studi [Program Studi Ilmu Komunikasi], [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia],
- Setiawan, I. (2017). Strategi Komunikasi Politik melalui Media Sosial Youtube dalam Meningkatkan Elektabilitas Ahok, *Mediakom: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 7(1)
- Smith, J., & Johnson, R. (2024). The role of digital media in collaborative communication: A literature review. *Journal of Digital Communication Studies*, 10(2), 112–130.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2017). *Dasar-dasar public relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudaryono. (2017). Metodologi penelitian. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tan, A. S. (1981). *Mass communication theories and research*. New York, NY: Macmillan Publishing
- Trianto, R.A., Mansur, S., & Asse, R.A.A. (2022). Resepsi Khalayak pada Personal Branding di YouTube Ganjar Pranowo, *Jurnal Visi Komunikasi*, 21(1), pp. 113-127
- Universitas Negeri Surabaya (UNESA). (2025, Juli 25). Perubahan pola konsumsi berita: Dominasi media sosial dan video di masyarakat muda.
- Virginia Braun, & Victoria Clarke. (2006). *Using Thematic Analysis in Psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- We Are Social & DataReportal. (2024). Indonesia Digital 2024: Insight report. Dikutip pada laman <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Wibisono, I., & Nusantara, A. B. (2022). Pola komunikasi politik Ganjar Pranowo melalui akun YouTube @GanjarPranowo dalam menyikapi isu Wadas. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(10), 70–87.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.