



Politik Di Era Tiktok : Strategi Komunikasi Politik Dedi Mulyadi Gubernur Jawa Barat

Yoga Awaluddin^{1*}, Zulaikha², Didik Sugeng Widiarto³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo

^{1*} zulaikha@unitomo.ac.id, ² zulaikha@unitomo.ac.id, ³ didik.sugeng@unitomo.ac.id

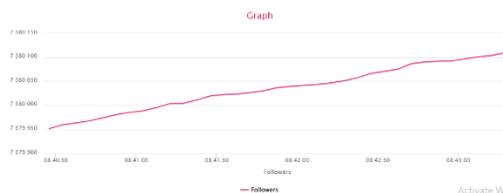
Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi politik Gubernur Jawa Barat, Dedi Mulyadi, di platform TikTok (@dedimulyadiofficial) pada periode April–Mei 2025. Latar belakang penelitian didasari pada pergeseran interaksi politik menuju media sosial, di mana TikTok berperan sebagai kanal “politainment” yang mampu menjangkau sekaligus melibatkan generasi muda. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan analisis konten tematik pada 180 video serta pengamatan metrik performa—termasuk pertumbuhan pengikut (+14,74% dalam 18 hari), rata-rata views (402.163 per video), dan engagement rate (7,34%). Hasil penelitian mengungkap lima strategi utama: (1) narasi “pemimpin yang hadir langsung” untuk membangun citra heroik-emosif; (2) gaya soft-power santai namun bermakna; (3) dialog interaktif disertai solusi konkret; (4) tantangan sosial (challenge) untuk meningkatkan partisipasi publik; dan (5) satire terhadap elitisme politik. Kelima strategi tersebut terbukti efektif dalam menciptakan kedekatan emosional, membentuk “affective trust,” serta memaksimalkan jangkauan dan partisipasi pengguna TikTok. Temuan ini menegaskan pentingnya keaslian, responsivitas, dan keterlibatan emosional sebagai faktor kunci dalam komunikasi politik digital.

Kata Kunci: TikTok, Komunikasi Politik, Dedi Mulyadi, Politainment, Gubernur Jawa Barat

PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi modern ini, media sosial sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari Masyarakat. Media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar dalam dinamika politik di Indonesia, menjadi ruang strategis bagi politisi untuk menjangkau dan membentuk persepsi public secara langsung (Indrapuspita et al., n.d.). Ditengah pesatnya perkembangan teknologi saat ini, media sosial terutama Instagram memegang sarana penting untuk menyebarkan informasi secara luas, cepat, dan interaktif (Rafiqi et al., 2024). Platform media sosial seperti TikTok, dan Instagram sudah menjadi sarana penting bagi politisi untuk berkomunikasi dengan Masyarakat dan membangun citra diri. Pengguna TikTok juga dapat memanfaatkannya untuk mengekspresikan identitas mereka di kalangan teman-temannya (Abror et al., 2025). Para komunikator politik semakin gencar memanfaatkan media digital, bukan hanya karena daya Tarik teknologinya yang mampu menyatukan unsur teks, suara, dan visual dalam satu platform, tetapi juga karena media ini membuka ruang dialog dua arah, Dimana komunikasi tidak lagi berjalan satu arah dari atas ke bawah, melainkan memungkinkan interaksi langsung dan responsive dengan Masyarakat (Widyawati et al., 2023). Salah satu contoh politisi yang sukses menggunakan media sosial adalah Dedi Mulyadi, Gubernur Jawa Barat. Dedi Mulyadi dengan brandingnya sebagai ‘Kang Dedi Mulyadi’ membawa inovasi baru dalam dunia politik melalui pendekatan disebutnya “Blusukan Viral” strategi ini menggunakan pemanfaatan media sosialnya yaitu TikTok (Darmawan, 2025). Dalam sebuah rapat antar gubernur bersama Komisi II DPR di Gedung DPR RI, Jakarta, Gubernur Kalimantan Timur, Rudy Mas’ud, menjuluki Dedi Mulyadi sebagai “Gubernur Konten” karena kiprahnya yang aktif di media sosial. Julukan ini menggambarkan perubahan paradigma dalam kepemimpinan di era digital, di mana kehadiran seorang pemimpin tidak lagi cukup hanya secara fisik atau dalam forum formal, tetapi juga harus hadir secara digital dan komunikatif di tengah masyarakat. Dedi Mulyadi membangun kedekatan emosional dengan masyarakat melalui konten-konten yang menyentuh dan humanis di platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Ia menyampaikan pesan-pesan sosial, nilai-nilai kemanusiaan, serta narasi kehidupan rakyat secara langsung dan simpatik, sebagai bentuk komunikasi publik yang inklusif. Pendekatan ini menjadikannya sosok yang tidak hanya dikenal sebagai politisi, tetapi juga sebagai komunikator yang membaur dengan realitas masyarakat Jawa Barat dan sekitarnya. Sebagai informasi, Dedi Mulyadi lahir di Kampung Sukadaya, Kabupaten Subang, Jawa Barat, dan pernah menjabat sebagai Bupati Purwakarta selama dua periode berturut-turut dari 2008 hingga 2018 (Indra, 2025). Pada akun TikTok Dedi Mulyadi @dedimulyadiofficial telah memiliki 7,4 juta pengikut dan memiliki jumlah 154,1 juta suka pada konten-nya, jumlah ini setiap harinya meningkat dan bisa di cek secara realtime pada web <https://livecounts.io/tiktok-live-follower-counter/dedimulyadiofficial>.



Grafik 1 Peningkatan jumlah pengikut akun TikTok Dedi Mulyadi sumber : (KANG DEDI MULYADI (@dedimulyadiofficial) Realtime TikTok Live Follower Counter 📊 — Livecounts.io, n.d.)

Strategi komunikasi politik di media sosial TikTok ini sangatlah penting apalagi dalam kampanye politik Jawa Barat terutama menjangkau generasi muda. Gubernur Jawa Barat telah memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram dan salah satunya media TikTok. Data terbaru menunjukkan TikTok menjadi salah satu dari empat platform terpopuler di kalangan Gen-Z Jawa Barat (66,7%), bersama WhatsApp, Instagram, dan YouTube. TikTok digunakan untuk menyebarkan konten kreatif, humor politik, dan edukasi pemilih (Dewi et al., 2023). TikTok lebih banyak dimanfaatkan untuk “politainment” (politik dan entertainment), yaitu menghibur sekaligus membangun persona politik, bukan untuk diskusi isu substantif (Cervi et al., 2021). TikTok memungkinkan komunikasi yang lebih interaktif dibandingkan media sosial lain, dengan fitur balasan video dan komentar yang membentuk “pohon komunikasi” (Medina Serrano et al., 2020). Konten yang bersifat menghibur, lucu, atau dramatis cenderung menghasilkan keterlibatan (engagement) yang lebih tinggi dibandingkan konten yang mengandung ujaran kebencian atau isu kontroversial (Cervi et al., 2023). Penggunaan narasi emosional, baik positif (harapan, optimisme) maupun negatif (ketakutan, krisis), terbukti efektif dalam menarik perhatian dan membangun resonansi dengan audiens muda (Cartes-Barroso et al., 2025). Oleh karena itu penelitian ini, sangat penting untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi komunikasi politik Dedi Mulyadi melalui TikTok berperan dalam membentuk citra politik.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial TikTok sebagai Alat Komunikasi Politisi

TikTok telah menjadi platform penting dalam strategi komunikasi politik, terutama di kalangan gubernur dan politisi yang ingin menjangkau pemilih muda. Dengan format video pendek dan interaktif, TikTok menawarkan cara baru untuk membangun citra, menyampaikan pesan politik, dan meningkatkan keterlibatan publik. Gubernur Jawa Tengah seperti Ganjar Pranowo menggunakan TikTok untuk membangun citra sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat, pekerja keras, religius, empati sosial, ramah terhadap isu keberagaman, anak, dan perempuan, serta responsif terhadap isu terkini (Hidayat & Muksin, 2022).

Media Sosial dan Strategi Personal Branding Pemimpin

Media sosial kini berperan signifikan sebagai sarana bagi para pemimpin dalam membentuk dan menyampaikan personal branding mereka. Integrasi antara strategi pencitraan diri dan pemanfaatan media sosial memungkinkan seorang pemimpin membangun persepsi publik yang diinginkan, menjangkau audiens yang beragam, serta memperluas pengaruh mereka baik di sektor publik maupun korporasi.

- a. Strategi Kunci dalam Personal Branding melalui Media Sosial:
 1. Menentukan Tujuan dan Segmentasi Audiens: Seorang pemimpin perlu merumuskan secara jelas tujuan pribadi maupun profesionalnya, serta mengidentifikasi siapa audiens utama yang ingin dijangkau—baik dari kalangan internal maupun eksternal organisasi. Pemilihan platform media sosial yang sesuai menjadi krusial untuk menciptakan kehadiran digital yang konsisten dan autentik, sejalan dengan karakter kepemimpinan dan visi misi organisasi yang diemban (Martikasari, 2023).
 2. Membangun Konten dan Karakter Kepemimpinan: Pemimpin yang berhasil dalam personal branding umumnya menyusun konten yang merefleksikan nilai-nilai pribadi, gaya kepemimpinan, serta ciri khas mereka. Penggunaan arketipe tertentu, seperti “pengasuh” atau “orang biasa”, dapat membuat sosok pemimpin tampak lebih manusiawi dan dekat dengan pengikutnya di berbagai kanal digital (Aurerio Rotty & Purnama Sari, 2024).
 3. Menggabungkan Unsur Personal dan Profesional: Banyak pemimpin memilih untuk memadukan konten yang bersifat pribadi dan profesional guna membentuk citra yang utuh dan autentik. Pendekatan ini dapat meningkatkan interaksi serta kepercayaan publik, namun tetap membutuhkan pengelolaan yang hati-hati agar tetap otentik dan tidak menimbulkan risiko citra (Sihi & Lawson, 2018).
- b. Alat dan Pendekatan

Alat/Pendekatan	Tujuan/Manfaat
Analisis Jaringan Sosial	Mengukur keterlibatan dan pengaruh jaringan (Aurerio Rotty & Purnama Sari, 2024)
Branding dan Pesan Visual	Meningkatkan pengenalan dan koneksi audiens (Gayazova, 2024)
Komunikasi Otentik	Membangun kepercayaan dan keterhubungan (Trang et al., 2024)

Pemimpin yang secara strategis menggunakan media sosial untuk pencitraan merek pribadi dapat meningkatkan pengaruh, keterlibatan, dan prospek karier mereka secara signifikan. Strategi yang efektif melibatkan penetapan tujuan yang jelas, konten yang autentik, dan pengelolaan batasan pribadi dan profesional yang cermat. Meskipun manfaatnya besar, para pemimpin juga harus mengatasi risiko dan menjaga konsistensi di seluruh platform untuk memaksimalkan dampak pencitraan merek pribadi mereka.

TikTok dan Politainment

TikTok telah dengan cepat menjadi platform penting untuk komunikasi politik, terutama di kalangan anak muda. Format video pendeknya yang unik dan fitur-fiturnya yang menyenangkan telah menarik para aktor politik dan anak muda, yang menyebabkan munculnya "politainment" merupakan perpaduan antara politik dan hiburan (entertainment). Para peneliti meneliti bagaimana desain, basis pengguna, dan gaya konten TikTok membentuk bentuk-bentuk baru keterlibatan dan wacana politik. TikTok berperan penting dalam ekspresi politik pemuda, menawarkan ruang bagi aktivisme kreatif dan gerakan sosial. Konten politik yang ceria dan lucu mendorong kaum muda untuk mengembangkan identitas politik partisipatif dan dikaitkan dengan keterlibatan sipil yang lebih tinggi secara luring (Literat & Kligler-Vilenchik, 2023). Popularitas platform ini di kalangan anak muda mengubah lanskap aktivisme politik, memperluas apa yang dianggap sebagai partisipasi dan ekspresi politik (Moffett & Rice, 2024).

Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat landasan teoritis dan metodologis dalam penelitian ini, peneliti mengkaji beberapa penelitian sebelumnya yang relevan. Penelitian tersebut memberikan gambaran mengenai bagaimana media sosial, khususnya TikTok, digunakan dalam strategi komunikasi politik, serta bagaimana politisi membangun citra diri dan menjalin komunikasi interaktif dengan Masyarakat, terutama generasi muda. Table berikut merangkum beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan utama :

Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Temuan Utama	Relevansi dengan Penelitian Ini
Hidayat & Muksin (2022)	Ganjar Pranowo's Image Politics Through TikTok Content Videos	Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo membangun citra sebagai pemimpin dekat dengan rakyat, pekerja keras, religius, empatik, ramah keberagaman, serta responsif terhadap isu sosial dan terkini melalui konten TikTok.	Memberikan contoh konkret strategi pencitraan politik melalui TikTok oleh kepala daerah di Indonesia. Relevan untuk dibandingkan dengan strategi Dedi Mulyadi.
Cervi L, Tejedor S, Blesa F (2023)	TikTok and Political Communication: The Latest Frontier of Politainment? A Case Study	TikTok mendorong munculnya bentuk komunikasi politik baru yang lebih menghibur (politainment), visual, dan partisipatif; cocok untuk menjangkau generasi muda yang cenderung	Memberikan dasar teoritis dan contoh bagaimana platform TikTok digunakan sebagai alat komunikasi politik yang ringan dan menghibur.

		tidak tertarik pada politik formal.	
Vellycia Njoko (2017) (Njoko, 2017)	Strategi Komunikasi Politik Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi Dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Berkarakter	Strategi komunikasi Dedi Mulyadi sebagai Bupati Purwakarta mencakup penggunaan kekuatan personal (power), kredibilitas, daya tarik, kesamaan dengan publik, serta media sosial. Strateginya efektif dalam membentuk persepsi publik dan memengaruhi keberhasilan program.	Relevan sebagai landasan historis tentang gaya komunikasi politik Dedi Mulyadi sebelum aktif di TikTok, serta memperlihatkan konsistensinya dalam memanfaatkan media sosial dan pendekatan personal.
Chalista Devi Hendriyani & Moch. Armien Syifaa Sutarjo (2024) (Hendriyani et al., 2024)	Analisis Strategi Komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat Dalam Diseminasi Informasi Terkait Aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps	Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Diskominfo Jabar menggunakan strategi komunikasi digital (TikTok & Instagram) yang terbukti lebih cepat dan luas dibanding metode konvensional. Edukasi publik dilakukan melalui konten interaktif untuk mengatasi hambatan literasi digital.	Memberi gambaran tentang efektivitas strategi komunikasi digital di Jawa Barat, yang juga menjadi wilayah kekuasaan politik Dedi Mulyadi. Menunjukkan konteks budaya digital warga Jabar yang menjadi audiens utama Dedi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi politik Dedi Mulyadi di platform TikTok. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan fenomena komunikasi secara alami dan kontekstual melalui narasi dan visualisasi data. Selain itu peneliti juga menggunakan analisis konten untuk mengkaji strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Gubernur Jawa Barat, Dedi Mulyadi, melalui akun TikTok @dedimulyadiofficial. Pendekatan ini dipilih guna memperoleh pemahaman yang mendalam dan sistematis mengenai pesan-pesan politik, narasi personal, serta konstruksi citra kepemimpinan yang dibangun melalui konten digital. Paradigma yang digunakan adalah postpositivisme, yang mengakui bahwa realitas sosial dapat diamati melalui interpretasi atas simbol, bahasa, dan komunikasi yang muncul dalam media digital. Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan observasi konten video TikTok selama periode April hingga Mei 2025. Analisis dilakukan secara tematik dengan memeriksa unsur-unsur seperti tema konten, narasi politik, simbol visual, ekspresi verbal dan nonverbal, serta keterlibatan audiens (likes, komentar, share, dan engagement rate). Hasil analisis digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi publik dalam membangun kedekatan dan kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinan Dedi Mulyadi di ranah digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum memasuki hasil temuan, penting untuk memahami bahwa penelitian ini berfokus pada bagaimana Gubernur Jawa Barat, Dedi Mulyadi, membangun strategi komunikasi politik melalui platform TikTok sebagai bagian dari Upaya memperkuat citra kepemimpinan digital yang dekat dengan rakyat. Analisis dilakukan terhadap konten-konten video yang diunggah pada akun resmi TikTok @dedimulyadiofficial selama periode April hingga Mei 2025, dengan memperhatikan aspek pesan politik, gaya penyampaian, bentuk interaksi dengan audiens, serta performa statistik seperti jumlah views, likes, komentar, dan engagement rate. Pendekatan ini bertujuan untuk mengungkap pola-pola komunikasi yang digunakan serta dampaknya terhadap penerimaan public, khususnya di kalangan pengguna media sosial sebagai pemilih potensial.

Statistik Utama (April hingga Mei 2025) berdasarkan (KANG DEDI MULYADI (@dedimulyadiofficial) TikTok Stats, Analytics, Net Worth and Earnings – HypeAuditor, n.d.)(KANG DEDI MULYADI's TikTok Statistics - Social Blade, n.d.)

Kategori	Data	Keterangan
Jumlah Pengikut	- 14 April 2025: 4.933.540- 2 Mei 2025: 5.660.625  <i>Pertumbuhan: +727.085 (+14,74%)</i>	Dalam waktu 18 hari, akun ini mengalami lonjakan pengikut hampir 15%, mengindikasikan viralitas tinggi, baik karena isu sosial-politik maupun narasi personal yang kuat dan menyentuh rakyat.
Total Likes	- 30 April 2025: 115.100.000- 1 Mei 2025: 115.400.000  <i>Pertambahan: +300.000 (dalam 1 hari)</i>	Pertambahan 300 ribu likes hanya dalam 1 hari menunjukkan tingginya engagement dari publik. Ini sejalan dengan naiknya ketertarikan dan dukungan publik terhadap konten dan narasi yang dibangun.
Jumlah Video	- 14 April 2025: 1.751- 2 Mei 2025: 1.831  <i>Penambahan: +80 video</i>	Produksi 80 video dalam 18 hari berarti rata-rata 4-5 video/hari. Ini mencerminkan konsistensi, responsivitas, dan strategi membangun kedekatan emosional melalui konten yang autentik dan relevan dengan publik.
Rata-Rata Performa Konten	- Rata-rata views per video: 402.163- Rata-rata shares per video: 439,5- Engagement rate: 7,34% (kategori Good)	Angka engagement rate 7,34% termasuk tinggi di TikTok. Ini menunjukkan keterlibatan aktif audiens serta efektivitas komunikasi politik yang dilakukan Dedi Mulyadi melalui konten kreatif dan emosional.

Keterangan :

Engagement rate (ER) adalah indikator yang sangat penting, dengan rumus dasarnya:

$$ER = \frac{(\text{Likes} + \text{Komentar} + \text{Share})}{\text{Jumlah Followers}} \times 100$$

Nilai 7,34% ini diatas rata-rata TikTok nasional dan global (rata-rata ER TikTok sekitar 3% sampai 6%). Ini artinya audiensnya aktif berinteraksi, bukan hanya menonton pasif. Ada kepercayaan (trust) dan koneksi emosional antara pemilik akun dan pengikutnya. Efektif untuk strategi komunikasi politik berbasis keterlibatan langsung (participatory communication).

Semua data tersebut menunjukkan bahwa akun @dedimulyadiofficial tidak hanya populer, tetapi juga aktif, produktif dan interaktif- semua ini menjadi modal penting dalam kampanye politik modern, terutama di TikTok yang Dimana mengandalkan narasi autentik, mendorong partisipasi netizen, dan menyebarkan pengaruh lewat konten pendek, emosional, dan responsive.

Sebelum memaparkan data konten, perlu dipahami bahwa strategi komunikasi politik Kang Dedi Mulyadi di platform TikTok tidak semata-mata bersifat informatif, tetapi juga membangun relasi emosional dengan Masyarakat. Setiap konten yang diunggah memperlihatkan Upaya membentuk citra sebagai pemimpin yang dekat, peduli, dan hadir secara nyata dalam keseharian rakyat. Dengan memadukan pesan sosial dan visualisasi empati dalam narasi kehidupan nyata, konten-konten ini berhasil menarik perhatian public secara luas. Oleh karena itu, untuk mengukur dampak dan

efektivitas strategi komunikasi tersebut, berikut disajikan sepuluh konten dengan jumlah tontonan tertinggi sebagai dasar analisis performa dan keterlibatan audiens.

1. Konten pada tanggal 26 April 2025 (Mulyadi, 2025)

ASPEK	DESKRIPSI
LINK KONTEN	https://vt.tiktok.com/ZSh76S7cs/
JUMLAH VIEWS	13,7 juta
JUMLAH LIKES	687,4 ribu
JUMLAH KOMENTAR	±47.000
TEMA UTAMA	Ketimpangan ekonomi, ekspresi pelajar, dan kebijakan publik soal perpisahan sekolah
PESAN UTAMA	Dedi Mulyadi menyampaikan pentingnya kesetaraan dan keadilan sosial dalam pendidikan
TOKOH UTAMA	Dedi Mulyadi, siswi Bekasi yang ingin perpisahan sekolah
GAYA KOMUNIKASI	Dialogis, tegas, diselingi humor, dengan pendekatan populis
RESPON PUBLIK DOMINAN	Negatif terhadap siswi; netizen menganggapnya tidak peka terhadap realitas ekonomi masyarakat
KOMENTAR POPULER	"Yang disebut gaya elit ekonomi sulit" – sindiran terhadap permintaan siswi
ISU SOSIAL YANG DIANGKAT	Kesenjangan ekonomi pelajar, sensitivitas sosial, dan pengaruh kebijakan pendidikan
DAMPAK KOMUNIKASI	Meningkatkan citra Dedi Mulyadi sebagai tokoh yang membela rakyat kecil dan berorientasi keadilan sosial

2. Konten Pada Tanggal 28 April 2025

ASPEK	DESKRIPSI
LINK KONTEN	https://vt.tiktok.com/ZSh7raJGg/
JUMLAH VIEWS	20,3 juta
JUMLAH LIKES	1,2 juta
JUMLAH KOMENTAR	±17.000
TEMA UTAMA	Toleransi antar umat beragama, kesederhanaan, dan gaya hidup hemat pelajar SMP di Ciamis
PESAN UTAMA	Ajakan untuk hidup sederhana: jalan kaki, bawa bekal, dan hidup toleran di tengah keberagaman
TOKOH UTAMA	Dedi Mulyadi, pelajar SMP 1 Panawangan
GAYA KOMUNIKASI	Naratif, ringan, inklusif, mengandung humor dan kedekatan dengan masyarakat
RESPON PUBLIK DOMINAN	Sangat positif – komentar paling populer menyebut Dedi Mulyadi sebagai “gubernur paling aktif”
KOMENTAR POPULER	"Gubernur paling aktif di dunia 🧡" (42 ribu likes)
ISU SOSIAL YANG DIANGKAT	Toleransi agama, gaya hidup hemat, dan empati terhadap ekonomi keluarga pelajar
DAMPAK KOMUNIKASI	Meningkatkan citra sebagai pemimpin aktif, merakyat, dan peduli keberagaman

3. Konten pada tanggal 1 Mei 2025

ASPEK	RINCIAN
LINK KONTEN	https://vt.tiktok.com/ZSh7hbnab/
JUDUL KONTEN	Penanganan Tawuran Pelajar dan Harapan Masuk Akademi Militer
TEMA	Kenakalan remaja, pendekatan restoratif, pendidikan karakter, dan patriotisme
JUMLAH TONTONAN	35,5 juta views
JUMLAH LIKES	2,3 juta likes
JUMLAH KOMENTAR	88.100 komentar
NARASI UTAMA	Dedi Mulyadi berdialog dengan pelajar yang terlibat tawuran dan orang tuanya, kemudian menawarkan solusi rehabilitatif berupa pelatihan disiplin di Resimen Setia Yudha dengan harapan mereka menjadi calon anggota TNI/Polri.
RESPON PUBLIK DOMINAN	Positif terhadap pendekatan tegas namun mendidik Dedi Mulyadi; publik mengapresiasi solusi visioner terhadap masalah sosial remaja.
CONTOH KOMENTAR PUBLIK	"Indonesia Emas dimulai dari Jawa Barat dulu 🇮🇩" – mencerminkan harapan dan optimisme terhadap masa depan anak muda melalui pendekatan pendidikan dan disiplin.
KESIMPULAN	Konten ini memperlihatkan strategi komunikasi politik yang empatik dan transformatif, dengan menampilkan Dedi Mulyadi sebagai figur pemimpin yang tak hanya menindak, tetapi juga membina dan memberi harapan pada anak muda.

4. Konten tanggal 6 Mei 2025

ASPEK	RINCIAN
LINK KONTEN	https://vt.tiktok.com/ZSh7hP9qE/
JUDUL KONTEN	Sayembara Video Perpisahan Sekolah Kreatif dan Murah dari Dedi Mulyadi
TEMA	Kreativitas pelajar, insentif pendidikan, kepedulian terhadap ekonomi keluarga, komunikasi emosional
JUMLAH TONTONAN	20 juta views
JUMLAH LIKES	1,3 juta likes
JUMLAH KOMENTAR	25.500 komentar
NARASI UTAMA	Dedi Mulyadi mengajak siswa se-Jawa Barat membuat video perpisahan sekolah yang murah tapi megah, dengan iming-iming hadiah puluhan juta bagi video terbaik sebagai bentuk dukungan kreativitas pelajar.
RESPON PUBLIK DOMINAN	Positif dan antusias; netizen menanggapi dengan apresiasi terhadap pendekatan inovatif dan merakyat dari Dedi Mulyadi.
CONTOH KOMENTAR PUBLIK	"Bapak sidak RSUD Karawang pakk 🇮🇩" – menunjukkan kelekatan emosional publik terhadap figur Dedi Mulyadi yang dianggap aktif dan dekat dengan masyarakat.
KESIMPULAN	Konten ini mencerminkan strategi komunikasi populis yang membangun citra Dedi Mulyadi sebagai pemimpin yang mendukung kreativitas generasi muda sambil tetap memperhatikan kondisi ekonomi rakyat.

5. Konten tanggal 13 Mei 2025

ASPEK	RINCIAN
-------	---------

LINK KONTEN	https://vt.tiktok.com/ZSh7hHvx0/
JUDUL KONTEN	Aspirasi Anak Sekolah Terisolasi karena Rob dan Respons Dedi Mulyadi
TEMA	Infrastruktur, pendidikan, ketimpangan sosial, respons kepemimpinan
JUMLAH TONTONAN	10,4 juta views
JUMLAH LIKES	417.900 likes
JUMLAH KOMENTAR	13.300 komentar
NARASI UTAMA	Seorang siswa menyuarakan kondisi jalan rusak akibat rob dan keterisolasiannya, lalu Dedi Mulyadi merespons dengan pendekatan solutif dan menjanjikan relokasi serta bantuan pembangunan rumah.
RESPON PUBLIK DOMINAN	Sangat positif; netizen terharu dan mengapresiasi perhatian serta solusi konkret yang ditawarkan oleh Dedi Mulyadi.
CONTOH KOMENTAR PUBLIK	"Sekeren ini masih ada yg menghujat 🤔" – menunjukkan kekaguman netizen atas empati dan kerja nyata Dedi Mulyadi, serta heran terhadap kritik yang tetap ada.
KESIMPULAN	Konten ini menegaskan peran Dedi Mulyadi sebagai pemimpin responsif dan empatik, memperkuat citra populis dengan aksi nyata dalam menangani masalah warga kecil di daerah tertinggal.

6. Konten tanggal 14 Mei 2025

ASPEK	RINCIAN
LINK KONTEN	https://vt.tiktok.com/ZSh7h54Jn/
JUDUL KONTEN	Sindiran Lucu Dedi Mulyadi untuk Artis yang Kecanduan Drama Korea
TEMA	Hiburan digital, kedisiplinan, gaya hidup artis
JUMLAH TONTONAN	15,9 juta views
JUMLAH LIKES	1,2 juta likes
JUMLAH KOMENTAR	18.700 komentar
NARASI UTAMA	Dedi Mulyadi menyindir artis Ayu yang kecanduan drama Korea dengan gaya humoris dan menawarkan dua pilihan: masuk barak militer atau kantor KUA.
RESPON PUBLIK DOMINAN	Positif; publik menilai sindiran Dedi lucu namun tetap menyentil, menunjukkan kedekatannya dengan dunia selebriti dan gaya komunikasi khas yang tegas namun akrab.
CONTOH KOMENTAR PUBLIK	"Artis² juga takut sama Kang Dedi 🤔" – mencerminkan kekaguman dan hiburan publik terhadap ketegasan humoris Dedi Mulyadi.
KESIMPULAN	Konten ini memperkuat citra Dedi Mulyadi sebagai figur pemimpin yang humoris, tegas, dan mampu membina hubungan akrab dengan kalangan publik figur dan masyarakat luas.

7. Konten Tanggal 6 Mei 2025

ASPEK	RINCIAN
LINK KONTEN	https://vt.tiktok.com/ZSh7kAd23/
JUDUL KONTEN	Pak Gubernur Datang Kalau Anak Nakal!
TEMA	Parenting, disiplin anak, pendekatan komunikatif figur publik
JUMLAH TONTONAN	73,9 juta views

JUMLAH LIKES	4,7 juta likes
JUMLAH KOMENTAR	216.800 komentar
NARASI UTAMA	Dedi Mulyadi menyampaikan pesan lucu dan mendidik untuk anak-anak yang susah makan, mandi, tidur, dan sekolah—dengan gaya menakut-nakuti ala tokoh “pagu benar.”
RESPON PUBLIK DOMINAN	Sangat positif; banyak orang tua merasa terbantu karena konten ini jadi alat bantu “menertibkan” anak dengan cara yang lucu dan komunikatif.
CONTOH KOMENTAR PUBLIK	"Anak-anak takut Pak Dedi 🤪" – menunjukkan bahwa konten ini menjadi viral karena lucunya cara Dedi Mulyadi mendisiplinkan anak-anak lewat gaya khasnya.
KESIMPULAN	Konten ini memperlihatkan kekuatan personal branding Dedi Mulyadi sebagai figur yang dekat dengan masyarakat, dengan pendekatan edukatif dan hiburan sekaligus.

8. Konten Tanggal 9 Mei 2025

ASPEK	RINCIAN
LINK KONTEN	https://vt.tiktok.com/ZSh7k6Pug/
JUDUL KONTEN	Awas Main HP Terus, Kang Dedi Datang!
TEMA	Parenting digital, edukasi penggunaan gadget, figur publik sebagai pengingat
JUMLAH TONTONAN	41,7 juta views
JUMLAH LIKES	2,8 juta likes
JUMLAH KOMENTAR	107.700 komentar
NARASI UTAMA	Dedi Mulyadi menyampaikan pesan kepada anak-anak agar tidak terlalu sering bermain HP dengan gaya halus namun mengandung peringatan tegas.
RESPON PUBLIK DOMINAN	Positif dan viral; gaya komunikasinya yang lembut namun mengandung unsur “ancaman lucu” membuat pesan ini efektif dan menghibur bagi orang tua dan anak.
CONTOH KOMENTAR PUBLIK	"Soft spoken tapi kejam 🤪🤪🤪" – komentar ini menggambarkan bagaimana gaya bicara lembut Dedi Mulyadi justru membuat ancaman lucu tersebut terasa lebih mengena.
KESIMPULAN	Video ini memperkuat citra Dedi Mulyadi sebagai figur publik yang mengedukasi masyarakat dengan pendekatan humanis, lucu, dan penuh empati terhadap anak-anak.

9. Konten Tanggal 3 Mei 2025

ASPEK	RINCIAN
LINK KONTEN	https://vt.tiktok.com/ZSh7kMPvy/
JUDUL KONTEN	Anak-anak Hebat Sedang Latihan PBB
TEMA	Pembinaan karakter, kedisiplinan, harapan terhadap generasi muda
JUMLAH TONTONAN	15,9 juta views
JUMLAH LIKES	1,6 juta likes
JUMLAH KOMENTAR	64.900 komentar
NARASI UTAMA	Dedi Mulyadi memperlihatkan anak-anak yang sedang mengikuti latihan baris-berbaris dan menyampaikan harapan besar agar mereka menjadi orang hebat di masa depan.
RESPON PUBLIK DOMINAN	Sangat positif; publik mengapresiasi ketegasan yang nyata dan tindakan langsung yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi tanpa sekadar retorika.
CONTOH	"Top orang yang ga pernah wacana jir 🤪" – komentar ini menekankan kekaguman terhadap sikap Dedi

KOMENTAR PUBLIK	Mulyadi yang langsung turun tangan tanpa sekadar berjanji.
KESIMPULAN	Video ini menunjukkan konsistensi Dedi Mulyadi dalam membina generasi muda secara konkret. Gaya komunikasinya tegas, penuh semangat, dan memberikan pesan pembangunan.

10. Konten Tanggal 24 April 2025

ASPEK	RINCIAN
LINK KONTEN	https://vt.tiktok.com/ZSh7khXYK/
JUDUL KONTEN	SMK Bekasi Diprotes Orang Tua karena Biaya Study Tour
TEMA	Respons cepat terhadap keluhan publik, pendidikan, keadilan sosial
JUMLAH TONTONAN	24,6 juta views
JUMLAH LIKES	1,1 juta likes
JUMLAH KOMENTAR	31.800 komentar
NARASI UTAMA	Dedi Mulyadi menanggapi keluhan orang tua siswa tentang pungutan biaya study tour ke Bali yang dirasa memberatkan, dengan menegur langsung pihak sekolah dan meminta investigasi.
RESPON PUBLIK DOMINAN	Sangat positif; publik mengapresiasi keberanian dan ketegasan Dedi dalam menghadapi institusi yang dianggap menyusahkan masyarakat.
CONTOH KOMENTAR PUBLIK	"ANAKNYA SI IBU LANGSUNG DIMUSUHI SISWA SATU SEKOLAHAN INI. 😂😂😂" – komentar ini mengandung humor, sekaligus simpati terhadap keberanian sang ibu yang bersuara.
KESIMPULAN	Video ini memperkuat citra Dedi Mulyadi sebagai pemimpin yang berpihak pada rakyat kecil, cepat merespons aduan publik, dan tak segan bertindak terhadap pihak institusional.

PEMBAHASAN

Berdasarkan data statistik TikTok akun @dedimulyadiofficial pada periode April hingga Mei 2025, terlihat adanya lonjakan signifikan dalam jumlah pengikut dan interaksi audiens. Dalam kurun waktu 18 hari, dari 14 April hingga 2 Mei 2025, akun ini mengalami peningkatan jumlah pengikut sebanyak 727.085 (atau setara dengan +14,74%), dari 4.933.540 menjadi 5.660.625 pengikut. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa akun milik Dedi Mulyadi sangat aktif dan viral selama periode tersebut. Lonjakan ini tidak dapat dilepaskan dari dua faktor utama, yakni relevansi konten secara sosial dan politik, serta kekuatan narasi personal yang dibangun melalui pendekatan yang dekat dengan rakyat. Selain pertumbuhan pengikut, tingkat interaksi dalam bentuk likes juga menunjukkan dinamika yang positif. Dalam satu hari (30 April–1 Mei), tercatat kenaikan sebanyak 300.000 likes, dari 115.100.000 menjadi 115.400.000. Kenaikan ini menandakan bahwa setiap konten yang diunggah mendapat perhatian tinggi dari warganet, bukan hanya dilihat tetapi juga disukai dan dibagikan secara masif. Hal ini diperkuat oleh tingginya produktivitas akun, dengan rata-rata 4–5 video yang diunggah per hari. Dari 14 April hingga 2 Mei, jumlah video meningkat dari 1.751 menjadi 1.831, atau bertambah sebanyak 80 video. Tingkat produktivitas ini sangat tinggi untuk seorang politisi, dan memperlihatkan strategi komunikasi yang konsisten, aktif, dan responsif terhadap isu sosial.

Engagement rate akun ini pun terbilang sangat baik, yakni sebesar 7,34%, yang masuk dalam kategori "Good". Rata-rata views per video mencapai 402.163, dengan rata-rata share per video sebesar 439,5. Hal ini mencerminkan tingginya perhatian dan partisipasi audiens terhadap konten yang dibagikan. Tidak hanya menonton, warganet juga merespons secara emosional, membagikan, dan memberikan komentar—yang memperkuat dimensi keterlibatan langsung antara tokoh dan publik. Melalui analisis terhadap sepuluh konten terpopuler, dapat disimpulkan bahwa Dedi Mulyadi mengadopsi setidaknya lima strategi utama dalam komunikasi politik digitalnya. Pertama, ia membentuk citra kepemimpinan yang heroik dan emosional melalui narasi "pemimpin yang hadir langsung" di tengah rakyat. Misalnya, video dengan narasi anak-anak tak mau mandi atau susah bangun pagi, menampilkan dirinya sebagai figur paternalis yang tegas dan humoris—konten ini berhasil meraih 73,9 juta views. Kedua, ia memanfaatkan pendekatan soft-power

dengan gaya komunikasi santai namun penuh makna, seperti dalam video menegur anak muda yang kecanduan drama Korea dengan gaya bercanda namun mengandung pesan moral.

Ketiga, Dedi Mulyadi memperlihatkan kedekatan dan dialog langsung dengan rakyat kecil. Beberapa kontennya memperlihatkan ia mendengarkan keluhan orang tua mengenai biaya study tour atau kondisi jalan rusak akibat rob, dan langsung menindaklanjuti dengan solusi konkret. Hal ini memperkuat citranya sebagai pemimpin yang “tidak hanya bicara”, melainkan langsung bertindak. Keempat, ia menggunakan pendekatan interaktif melalui konten tantangan sosial, seperti lomba video perpisahan sekolah yang diberi hadiah hingga 50 juta rupiah. Strategi ini tidak hanya menciptakan interaksi, tetapi juga membangun rasa memiliki masyarakat terhadap kepemimpinannya. Kelima, narasi-narasi dalam videonya juga sarat dengan satire terhadap model kepemimpinan elitis. Dedi sering digambarkan oleh publik sebagai figur “yang tidak pernah wacana” atau “yang artis saja takut padanya”, sebagaimana tercermin dari komentar-komentar populer pada tiap kontennya. Komentar-komentar tersebut menjadi bukti bahwa publik memandang Dedi Mulyadi sebagai sosok yang otentik, responsif, dan dekat dengan realitas sosial masyarakat.

Secara keseluruhan, akun TikTok Dedi Mulyadi telah menjadi instrumen komunikasi politik digital yang sangat efektif. Dengan menggabungkan keaslian narasi, kedekatan emosional, interaksi langsung, dan solusi konkret terhadap masalah rakyat, ia mampu membentuk citra politik yang kuat dan berbeda dari figur-figur politik pada umumnya (Schmitt, 2018). Strategi ini tidak hanya memperluas basis dukungan, tetapi juga membangun kepercayaan publik berbasis afeksi (affective trust), yang menjadi fondasi penting dalam komunikasi politik di era platform digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik Dedi Mulyadi melalui platform TikTok berhasil membangun citra kepemimpinan yang kuat, otentik, dan responsif terhadap isu-isu sosial yang dihadapi masyarakat. Lonjakan jumlah pengikut sebesar 14,74% dalam waktu 18 hari, ditambah rata-rata engagement rate sebesar 7,34%, menunjukkan efektivitas pendekatan komunikasinya dalam menjangkau dan melibatkan publik secara luas. Melalui analisis terhadap sepuluh konten terpopuler, ditemukan bahwa Dedi Mulyadi secara konsisten menggabungkan elemen naratif yang emosional, humoris, serta humanis dengan aksi nyata dan responsif. Strategi komunikasi yang digunakan meliputi pendekatan personal, empati terhadap masalah rakyat, partisipasi publik melalui challenge sosial, serta gaya bahasa yang sederhana dan membumi. Citra sebagai pemimpin yang “hadir langsung” dan tidak berjarak dengan rakyat dibangun secara konsisten dalam setiap kontennya. Platform TikTok dimanfaatkan bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi sebagai alat untuk memperkuat koneksi interpersonal antara tokoh politik dan masyarakat. Hasil ini memperkuat temuan bahwa dalam era digital, komunikasi politik yang efektif menekankan pada keaslian (authenticity), responsivitas, dan relasi emosional yang dekat dengan publik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Dedi Mulyadi mampu memaksimalkan potensi TikTok sebagai medium politik yang populis dan partisipatif, serta berhasil menggeser pola komunikasi politik dari yang formal-birokratis menjadi informal-personal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, D., Syaqui, A., Maella, S. F. S., Prasetyo, I. J., & Sugeng, D. (2025). Tiktok Dan Eksistensi Diri: (Studi Fenomenologi Pada TikTokers Madura). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(2), 15–27. <https://doi.org/10.59435/GJMI.V3I2.1423>
- Aurerio Rotty, T., & Purnama Sari, W. (2024). SNA @jhonlbf: Personal Branding dalam Mengembangkan Brand Engagement. *Kiwari*, 3(3), 560–570. <https://doi.org/10.24912/ki.v3i3.32030>
- Cartes-Barroso, M. J., García-Estévez, N., & Méndez-Muros, S. (2025). Attracting the Vote on TikTok: Far-Right Parties' Emotional Communication Strategies in the 2024 European Elections. *Journalism and Media*, 6(1), 33. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010033>
- Cervi, L., Tejedor, S., & Blesa, F. G. (2023). TikTok and Political Communication: The Latest Frontier of Politainment? A Case Study. *Media and Communication*, 11(2). <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6390>
- Cervi, L., Tejedor, S., & Marín Lladó, C. (2021). TikTok and the new language of political communication. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 267–287. <https://doi.org/10.6035/clr.5817>
- Darmawan, D. (2025, February 14). Blusukan Viral’: Strategi Dedi Mulyadi yang Mengubah Wajah Politik Modern - *Breaking News Bandung*. <https://www.breakingnewsbandung.com/2025/02/14/blusukan-viral-strategi-dedi-mulyadi-yang-mengubah-wajah-politik-modern/>
- Dewi, E. A. S., Arifin, H. S., & Fuadi, I. (2023). Nurturing Political Engagement: Political Communication Strategies for Generation Z in the Lead-up to the 2024 Election in West Java. *The Journal of Society and Media*, 7(2), 370–388. <https://doi.org/10.26740/jsm.v7n2.p370-388>
- Gayazova, E. B. (2024). ASPECTS OF BUILDING A PERSONAL BRAND IN SOCIAL MEDIA. *EKONOMIKA I UPRAVLENIE: PROBLEMY, RESHENIYA*, 8/8(149), 102–107. <https://doi.org/10.36871/EK.UP.P.R.2024.08.08.013>
- Hendriyani, C. D., Armien, M., & Sutarjo, S. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat Dalam Diseminasi Informasi Terkait Aplikasi Sapawarga-Jabar Super Apps (Vol. 11, Issue 6).
- Hidayat, H., & Muksin, N. N. (2022). Ganjar Pranowo’s Image Politics Through TikTok Content Videos. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(2), 340–355. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v7i2.692>

- Indra, A. B. (2025, April 30). Komunikasi Kang Dedi Mulyadi (KDM): Gubernur Konten di Era Digital | tugubandung.id. Tugu Bandung. <https://tugubandung.id/komunikasi-kang-dedi-mulyadi-kdm-gubernur-konten-di-era-digital/>
- Indrapuspita, M., Farni Syam Maella, annafi, Prawiradiredja, S., & Reno Fadillah, A. (n.d.). Komunitas Pendidikan Tinggi & Cendekiawan Nusantara PUAN MAHARANI'S PERSONAL BRANDING IN POLITICAL COMMUNICATION THROUGH SOCIAL MEDIA.
- KANG DEDI MULYADI (@dedimulyadiofficial) Realtime TikTok Live Follower Counter 🔥 — Livecounts.io. (n.d.). Retrieved May 22, 2025, from <https://livecounts.io/tiktok-live-follower-counter/dedimulyadiofficial>
- KANG DEDI MULYADI (@dedimulyadiofficial) TikTok Stats, Analytics, Net Worth and Earnings – HypeAuditor. (n.d.). Retrieved May 23, 2025, from https://hypeauditor.com/tiktok/dedimulyadiofficial/?utm_source=chatgpt.com
- KANG DEDI MULYADI's TikTok Statistics - Social Blade. (n.d.). Retrieved May 23, 2025, from https://socialblade.com/tiktok/user/dedimulyadiofficial?utm_source=chatgpt.com
- Literat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2023). TikTok as a Key Platform for Youth Political Expression: Reflecting on the Opportunities and Stakes Involved. *Social Media + Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231157595>
- Martikasari, A. (2023). Photographing Ganjar Pranowo's Efforts to Build Personal Branding Through a Multi-Platform Strategy Perspective on Social Media. *Sospol*, 9(1), 34–48. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v9i1.25818>
- Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020). Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok. *12th ACM Conference on Web Science*, 257–266. <https://doi.org/10.1145/3394231.3397916>
- Moffett, K. W., & Rice, L. L. (2024). TikTok and Civic Activity Among Young Adults. *Social Science Computer Review*, 42(2), 535–553. <https://doi.org/10.1177/08944393231188470>
- Mulyadi, D. (2025). Kenangan tidak lahir dari perpisahan, tapi dari setiap tawa, air mata,... | iam auracinta | TikTok. https://www.tiktok.com/@dedimulyadiofficial/video/7497583103259528503?_r=1&_t=ZS-8wb6O9VEFIQ
- Njoko, V. (2017). JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA Strategi Komunikasi Politik Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi Dalam Mensosialisasikan Program Pendidikan Berkarakter.
- Rafiqi, M. H., Harliantara, H., & Maella, N. F. S. (2024). PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF EAST JAVA PROVINCE IN MANAGING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA @HUMASPROVJATIM. *Proceeding of International Conference on Multidisciplinary Research*, 2(1), 217–226. <https://proceedingkptcn.com/index.php/icmr/article/view/66>
- Schmitt, O. (2018). When are strategic narratives effective? The shaping of political discourse through the interaction between political myths and strategic narratives. *Contemporary Security Policy*, 39(4), 487–511. <https://doi.org/10.1080/13523260.2018.1448925>
- Sihi, D., & Lawson, K. (2018). MARKETING LEADERS AND SOCIAL MEDIA: BLENDING PERSONAL AND PROFESSIONAL IDENTITIES. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(1–2), 38–54. <https://doi.org/10.1080/10696679.2017.1389240>
- Trang, N. M., McKenna, B., Cai, W., & Morrison, A. M. (2024). I do not want to be perfect: investigating generation Z students' personal brands on social media for job seeking. *Information Technology & People*, 37(2), 793–814. <https://doi.org/10.1108/ITP-08-2022-0602>
- Widyawati, A., Abror, D., & Maella, N. F. S. (2023). Youtube dan Panggung Politik Wakil Walikota Surabaya Armuji. *Journal Communication Specialist*, 2(2), 288–300. <https://doi.org/10.25139/JCS.V2I2.6043>