

Spektakel Digital dan Gimik Politik Dedy Mulyadi Dalam Komunikasi Politik

Ruth Stany Melisa¹, Yudhistira²

^{1,2} Magister Ilmu Komunikasi Politik, Universitas Paramadina, Kota Jakarta, Indonesia

* Corresponding Author Email: ruth.stany@students.paramadina.ac.id

Article History;

Submitted: 29 Agustus 2025

Accepted: 07 September 2025

Published: 25 Desember 2025

Kata-kata Kunci: Generasi Alpha; TikTok; Konten Berbagi; Wacana Sosial; Literasi Digital

Keywords: Alpha Generation; TikTok; Sharing Content; Social Discourse; Digital Literacy.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada penggunaan strategis spektakel dan simbolisme performatif. Menggunakan pendekatan kualitatif dan Analisis Wacana Kritis model Fairclough, Data diperoleh dari video Instagram yang diunggah melalui akun @dedimulyadi71 pada periode Maret hingga Mei 2025. Temuan menunjukkan bahwa aksi-aksi emosional seperti menangis atas kerusakan lingkungan, berenang di sungai tercemar, serta melepas kemeja di hadapan massa merupakan bentuk performa simbolik yang bertujuan membangun resonansi emosional dengan publik. Praktik spektakel ini turut membentuk citra kepemimpinan populis sekaligus menegaskan identitas budaya Sunda sebagai narasi tandingan terhadap dominasi elite pusat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi politik digital berbasis lokal mampu membentuk keterlibatan elektoral dan memperkuat legitimasi budaya di era digital.

Dedy Mulyadi's Digital Spectacle and Political Gimmicks in Political Communication

ABSTRACT

This study focuses on the strategic use of spectacle and performative symbolism. Using a qualitative approach and Fairclough's Critical Discourse Analysis model, data was obtained from Instagram videos uploaded via the @dedimulyadi71 account between March and May 2025. The findings show that emotional actions such as crying over environmental damage, swimming in polluted rivers, and taking off shirts in front of crowds are forms of symbolic performance aimed at building emotional resonance with the public. This spectacle practice also shapes the image of populist leadership while affirming Sundanese cultural identity as a counter-narrative to the dominance of the central elite. This study concludes that locally-based digital political communication can shape electoral engagement and strengthen cultural legitimacy in the digital age.

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam praktik komunikasi politik telah menciptakan pergeseran mendasar dalam cara kekuasaan direpresentasikan dan diterima oleh publik. Pemimpin politik tidak lagi hanya berbicara melalui kanal-kanal formal institusional seperti pidato kenegaraan, konferensi pers, atau media arus utama. Saat ini, mereka hadir secara langsung dalam linimasa publik, menyampaikan pesan melalui gestur, narasi personal, dan simbol-simbol visual yang dibagikan di media sosial. Media digital bukan hanya medium penyampai informasi, tetapi telah menjadi ruang simbolik tempat pemimpin dan rakyat berinteraksi, berdebat, bahkan saling mengafirmasi identitas dan harapan politik mereka. Dalam ruang digital ini, komunikasi politik tidak lagi berbentuk hierarkis dan elitis, melainkan lebih horizontal, performatif, dan sangat dipengaruhi oleh logika viralitas serta estetika afektif.

Dalam konteks tersebut, praktik komunikasi politik yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi, Gubernur Jawa Barat, menjadi studi kasus yang menarik untuk dikaji secara kritis. Ia bukan hanya menggunakan media sosial sebagai sarana penyampaian kebijakan atau laporan kerja, melainkan sebagai arena produksi citra, narasi, dan kedekatan simbolik dengan masyarakat. Sejak awal tahun 2025, Dedi Mulyadi secara konsisten memanfaatkan platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok untuk menghadirkan dirinya sebagai

pemimpin yang tidak berjarak, langsung hadir di tengah masyarakat, dan menyuarakan kepentingan publik melalui aksi-aksi yang divisualisasikan dengan narasi dramatik. Narasi yang dibangunnya bukan sekadar tentang kinerja administratif, melainkan tentang keberpihakan, keberanian, dan nilai-nilai kultural yang menyatu dalam representasi visual.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas citra politik dan personal branding Dedi Mulyadi di media sosial. [Atsilah et al. \(2018\)](#) meneliti konstruksi citra Dedi melalui Fanpage Facebook dan menemukan bahwa narasi kebersahajaan dan kedekatan publik merupakan kekuatan utama dalam personal branding-nya. [Fathonah dan Yudhistira \(2023\)](#) menyoroti bagaimana Dedi membentuk representasi ideal tentang sosok Sunda melalui konten YouTube, yang menekankan nilai kesantunan dan kulturalisme. Studi oleh [Muldani dan Harmonis \(2022\)](#) memfokuskan pada pendekatan humas politik dalam kanal YouTube-nya sebagai anggota DPR. Sementara itu, [Siahaan et al. \(2022\)](#) menganalisis citra Dedi di tengah pandemi COVID-19 dan menemukan bahwa strategi digitalnya efektif dalam mempertahankan keterhubungan dengan publik. Terakhir, [Yunita \(2020\)](#) menunjukkan bahwa lokalitas merupakan elemen utama dalam personal branding politik Dedi Mulyadi, terutama dalam mengaitkan identitas etnis dengan pencitraan politik yang unik.

Meskipun demikian, kelima penelitian tersebut masih berfokus pada aspek personal branding, citra, dan peran Dedi sebagai politisi di masa kampanye atau ketika menjabat sebagai anggota legislatif. Hingga kini, belum banyak kajian yang secara kritis mengupas bagaimana praktik komunikasi politik berbasis digital dijalankan secara intens selama masa jabatan eksekutif, terutama dalam konteks konstruksi kekuasaan simbolik yang berlangsung dalam aksi performatif dan spektakel digital. *Novelty* dari penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap cara Dedi Mulyadi membangun keterlibatan elektoral dan legitimasi politiknya melalui strategi visual, simbol budaya lokal, dan narasi emosional dalam konten-konten media sosial, bukan hanya dalam masa kampanye, tetapi saat ia aktif menjalankan kekuasaan sebagai kepala daerah.

Pola tersebut tampak jelas dalam dinamika unggahan digital yang muncul sepanjang tahun 2025, terutama ketika isu ruang hidup dan lingkungan menjadi sorotan publik. Sepanjang Maret 2025, linimasa publik dipenuhi oleh berbagai unggahan yang menampilkan bagaimana isu lingkungan hidup, pemanfaatan ruang, dan ketimpangan sosial dibingkai melalui gaya visual yang kuat dan bernuansa emosional. Pola penyajian seperti ini mencerminkan kecenderungan baru dalam komunikasi politik digital, di mana adegan-adegan simbolik dan ekspresi afektif digunakan untuk mengajak audiens merasakan kedekatan

langsung dengan persoalan yang diangkat. Berbeda dengan temuan penelitian terdahulu yang lebih banyak membahas citra pribadi dan strategi branding politik Dedi Mulyadi, rangkaian konten pada periode ini memperlihatkan perubahan pendekatan: ia tidak hanya mendeskripsikan kebijakan, tetapi juga menghadirkannya melalui tindakan performatif di ruang publik.

Lebih jauh, pada awal Maret pula, Dedi Mulyadi mengejutkan publik dengan aksinya masuk ke dalam sungai kotor untuk mengangkat tumpukan sampah plastik. Dalam video tersebut, ia membandingkan tindakan tersebut dengan "berenang di lautan sampah", sebuah metafora yang menyindir kondisi ekologi urban secara jenaka namun tajam. Tak lama kemudian, ia mengunggah konten berjudul "Back Water" yang menjelaskan bagaimana air sungai bisa berbalik arah, disambung dengan penjelasan tentang definisi "hulu" dalam bahasa Sunda dan Indonesia. Rangkaian ini menunjukkan bahwa komunikasi digitalnya tidak hanya bertumpu pada aksi visual, tetapi juga pada refleksi kultural dan pendidikan publik melalui bahasa dan simbol lokal. Strategi ini memperlihatkan kapasitasnya dalam membingkai isu-isu struktural dalam gaya komunikasi yang sederhana namun menyentuh kesadaran publik akar rumput.

Tidak hanya isu lingkungan, Dedi Mulyadi juga berhasil menjadikan momentum kebahagiaan kolektif sebagai bagian dari konstruksi citra politiknya. Hal ini terlihat

sangat jelas pada perayaan kemenangan klub sepak bola Persib Bandung pada 5–7 Mei 2025. Alih-alih hanya memberi ucapan selamat sebagai kepala daerah, ia tampil dalam beberapa konten dengan gestur yang sangat personal dan membaur dengan publik. Dalam satu unggahan, ia mempublikasikan poster kemenangan sambil menegaskan identitas “Maung Jawa Barat”, mengaitkan kebanggaan olahraga dengan identitas daerah. Selanjutnya, ia muncul dalam kerumunan suporter mengenakan kaos dalam putih, berdiri di atas atap mobil dan mengibarkan bendera Persib. Dalam video lain, ia bahkan menyandingkan foto dirinya dengan tokoh budaya pop dunia, Freddie Mercury, menunjukkan kesadaran penuh akan nilai simbolik dalam komunikasi visual digital. Penampilan teatral ini mencapai puncaknya dalam sebuah video yang menunjukkan transformasi dirinya dari pejabat lengkap hingga hanya mengenakan kaos singlet putih sambil berteriak merayakan kemenangan sebuah bentuk komunikasi performatif yang sangat kuat secara simbolik dan emosional.

Poin penting dari seluruh rangkaian ini bukan pada isi konten semata, tetapi pada cara konten dikonstruksi untuk menciptakan kedekatan, keterlibatan, dan loyalitas politik publik.

Gaya komunikasi Dedi Mulyadi menunjukkan bahwa komunikasi politik digital saat ini tidak dapat dilepaskan dari unsur estetika populis, simbolisme budaya, dan kekuatan performa visual. Dalam kondisi

sosial-politik Indonesia yang sarat isu etnisitas, dominasi elite pusat, dan disparitas akses terhadap representasi politik, gaya komunikasi semacam ini menjadi ruang perlawanan simbolik dan artikulasi dari kepemimpinan alternatif yang tumbuh dari akar budaya lokal.

Sayangnya, praktik seperti ini masih belum banyak dikaji secara mendalam dalam studi komunikasi politik di Indonesia. Kebanyakan literatur lebih fokus pada komunikasi politik dalam masa kampanye atau saat pemilu, sehingga mengabaikan fase kepemimpinan sebagai ruang artikulasi wacana kekuasaan yang sangat penting.

Padahal, konten-konten seperti yang diproduksi oleh Dedi Mulyadi justru memperlihatkan bagaimana kekuasaan dijalankan, dikritisi, dan disimbolkan melalui tindakan-tindakan yang terlihat sederhana namun penuh makna. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengisi celah tersebut dengan melakukan pembacaan kritis terhadap bagaimana komunikasi digital digunakan untuk mereproduksi kekuasaan, membangun citra kepemimpinan, dan membentuk narasi politik tandingan terhadap hegemoni pusat.

Untuk itu, penelitian ini menggunakan pendekatan Critical Discourse Analysis (CDA) model Norman Fairclough, yang memandang wacana sebagai praktik sosial yang tidak dapat dipisahkan dari struktur kekuasaan dan ideologi. Analisis akan dilakukan dalam tiga dimensi utama: analisis teks (meliputi diksi, simbol, gaya visual dan narasi), analisis praktik

diskursif (terkait dengan proses produksi, distribusi dan konsumsi konten), serta analisis praktik sosial (bagaimana konten-konten tersebut terkait dengan struktur dominasi, representasi etnis, dan politik kultural di Indonesia). Melalui pendekatan ini, penelitian ini bertujuan tidak hanya untuk memahami konten media sosial Dedi Mulyadi secara deskriptif, tetapi untuk mengungkap lapisan-lapisan ideologi dan kuasa yang tersembunyi dalam praktik komunikasinya.

Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan empiris dalam memahami dinamika komunikasi politik digital di Indonesia, khususnya dalam konteks relasi antara pemimpin, budaya lokal, dan ruang publik yang semakin mediatis. Temuan-temuan dari penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa representasi politik Dedi Mulyadi banyak dibangun melalui narasi personal, simbol etnis, dan strategi visual yang berorientasi pada kedekatan publik. Namun, sebagian besar kajian tersebut masih berfokus pada aspek personal branding dan belum menelaah bagaimana tindakan performatif dan spektakel digital digunakan untuk membingkai isu-isu kebijakan secara langsung. Celah inilah yang menjadikan penelitian ini penting, karena menawarkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana bentuk-bentuk visual, simbol budaya, dan ekspresi emosional diproduksi, dirayakan, dan

diperdebatkan secara kolektif di ruang digital setiap hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan landasan paradigma kritis, yang melihat komunikasi sebagai praktik sosial yang tidak netral, melainkan sarat akan ideologi, relasi kuasa, serta struktur dominasi dalam masyarakat. Paradigma kritis menjadi dasar untuk memahami bahwa setiap bentuk komunikasi politik, termasuk dalam ruang digital, bukan hanya soal pesan, tetapi tentang bagaimana kekuasaan bekerja dan direproduksi melalui simbol, narasi, serta praktik diskursif yang tersembunyi dalam konten sehari-hari (Kincheloe & McLaren, 2011). Dalam konteks ini, metode yang digunakan adalah Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis/CDA) model Norman Fairclough. Pendekatan ini dipilih karena memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk menganalisis teks, konteks produksi wacana, serta hubungan antara bahasa dan struktur sosial. Fairclough memetakan wacana dalam tiga dimensi utama: (1) dimensi teks, yaitu analisis struktur linguistik dan visual dalam konten; (2) praktik diskursif, yang meliputi proses produksi dan konsumsi pesan; dan (3) praktik sosial, yang melihat keterkaitan wacana dengan kekuasaan, budaya, dan struktur masyarakat (Fairclough, 1995).

Objek kajian dalam penelitian ini adalah berbagai konten digital yang dipublikasikan oleh Dedi Mulyadi selama masa jabatannya sebagai Gubernur Jawa Barat, yang diunggah secara reguler melalui kanal media sosial Instagram. Peneliti mengarsipkan video, narasi, caption, hingga interaksi publik dalam bentuk komentar dan *engagement* lainnya sebagai bahan utama untuk dianalisis. Analisis dimulai dari dimensi teks, dengan menelusuri bagaimana pemilihan diksi, narasi, simbol budaya lokal (seperti atribut Sunda), serta unsur visual (ekspresi, setting, warna, musik latar) dikonstruksi untuk membentuk citra politik yang spesifik. Selanjutnya, dimensi praktik diskursif akan mengkaji bagaimana konten tersebut diproduksi, dan siapa aktor di baliknya, bagaimana distribusinya dikelola, hingga bagaimana interaksi publik turut membentuk makna konten. Terakhir, dimensi praktik sosial mengeksplorasi konteks lebih luas seperti relasi etnis, dominasi elite politik pusat, serta dinamika budaya lokal dalam ruang demokrasi digital Indonesia.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital secara sistematis, dengan pemilihan konten berdasarkan tema, jumlah penonton, intensitas interaksi, dan relevansi terhadap isu representasi politik. Data dikodifikasi dan dianalisis menggunakan pendekatan interpretatif yang memungkinkan pembacaan mendalam terhadap makna yang tersirat maupun tersurat. Validitas data dijaga dengan menerapkan triangulasi sumber dan

waktu, yaitu membandingkan konten dari berbagai platform, waktu unggahan yang berbeda, serta memperhatikan reaksi publik lintas kanal. Selain itu, refleksi kritis dari peneliti terhadap posisi sosial-budaya juga menjadi bagian dari upaya menjaga objektivitas dan kesadaran etis dalam interpretasi data.

Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya mendeskripsikan gaya komunikasi Dedi Mulyadi, tetapi juga membongkar bagaimana representasi politik dikonstruksi melalui *spectacle* dan *gimmick*, serta bagaimana hal tersebut berperan dalam membentuk keterlibatan publik, resistensi simbolik, dan relasi kuasa dalam sistem politik Indonesia yang kompleks dan multikultural.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dimensi Tekstual

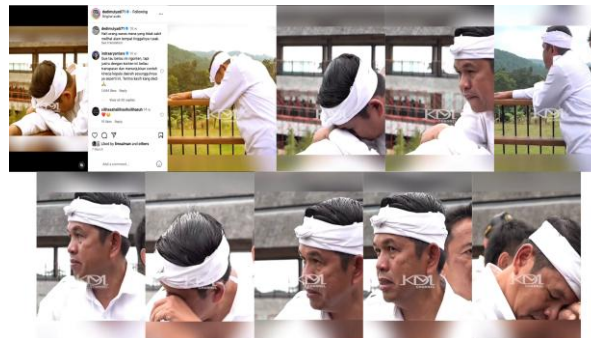
Analisis dalam dimensi tekstual terhadap konten video ini mengungkap bagaimana pemilihan diksi, konstruksi narasi, simbol-simbol budaya lokal, dan unsur-unsur visual secara sinergis membentuk sebuah representasi citra politik yang emosional, merakyat, dan penuh kepedulian terhadap lingkungan. Teks verbal yang diucapkan Dedi Mulyadi dalam cuplikan tersebut sangat minim dan justru memberikan ruang dominan pada ekspresi non-verbal yang menjadi kekuatan utama narasi. Kalimat “hati orang waras mana yang tidak sakit melihat alam tempat tinggalnya rusak” menjadi satu-satunya diksi

utama yang disampaikan secara lisan. Ungkapan ini mencerminkan penggunaan bahasa emosional dan moralistik yang membelah realitas menjadi dikotomi antara “waras” dan “tidak waras”, antara yang peduli dan yang abai. Dengan cara ini, Dedi memposisikan dirinya dan kelompok yang ia representasikan sebagai pihak yang benar secara moral yaitu pihak yang mencintai alam dan bertindak atas dasar kesadaran ekologis. Hal ini sejalan dengan pandangan Fairclough yang diperbarui oleh [Mulderrig \(2017\)](#), yang menekankan pentingnya analisis terhadap “evaluative positioning” dalam wacana politik kontemporer, di mana pembicara menempatkan dirinya sebagai agen moral melalui bahasa yang tampak alami namun sarat ideologi.

Narasi yang dibangun dalam video ini bersifat kontemplatif dan personal. Tidak ada struktur penjelasan administratif, statistik, atau programatik dalam gaya komunikasi ini.

Sebaliknya, narasi visual-lingual diarahkan pada pembangunan afeksi, dengan mengandalkan gestur tubuh sebagai medium utama. Sorotan kamera secara intensif menangkap ekspresi Dedi Mulyadi yang menyandarkan kepalanya di pagar kayu, menunduk dalam diam, lalu menyeka air mata dengan lengan baju putihnya. Ekspresi sedih yang tak terucap secara verbal ini justru menjadi medium yang sangat kuat dalam menyampaikan pesan. Dalam kerangka CDA, ini merepresentasikan bagaimana citra politik

dibentuk bukan hanya melalui ujaran, tetapi juga melalui semiotika tubuh yang dapat diinterpretasikan secara simbolik ([Machin & Mayr, 2012](#)).



Gambar 1. Dedi Mulyadi Menangis di Hadapan Lanskap Alam yang Rusak.
Sumber: Unggahan Instagram @dedimulyadi71

Simbol budaya lokal juga hadir secara eksplisit dalam konten ini. Dedi Mulyadi mengenakan pakaian adat Sunda berwarna putih lengkap dengan iket kepala khas masyarakat Jawa Barat. Warna putih yang digunakan tidak hanya menandakan kesederhanaan, tetapi juga menyiratkan kesucian niat dan kebersihan moral. Atribut ini penting karena menempatkan Dedi bukan semata-mata sebagai pejabat negara, melainkan sebagai bagian dari rakyat Sunda yang menyatu dengan alam dan budayanya. Dalam perspektif CDA kontemporer, simbol budaya ini tidak netral. Ia membawa serta makna historis, relasi kuasa, dan strategi representasi yang menghubungkan antara identitas lokal dan otoritas politik ([Flowerdew & Richardson, 2018](#)).

Unsur visual lainnya seperti latar tempat dan palet warna juga memainkan peran signifikan dalam membentuk kesan emosional

dari konten ini. Setting visual yang menampilkan latar belakang hutan dan perbukitan yang sebagian telah dibuka atau dirusak, membentuk kontras dengan ekspresi kesedihan Dedi. Musik latar yang mengiringi video memperkuat suasana duka dan keheningan, menstimulasi resonansi emosional dari para penonton. Dalam konteks digital, efek ini tidak hanya menciptakan empati, tetapi juga memperkuat keterhubungan simbolik antara pemimpin dan publik. Fairclough menekankan bahwa teks tidak dapat dipisahkan dari proses produksi dan konsumsi dalam hal ini, visualisasi kesedihan yang dikurasi dengan baik menjadi bagian dari proses produksi makna, yang kemudian dikonsumsi publik dengan cara tertentu, terutama melalui platform media sosial yang mengandalkan afeksi sebagai metrik keterlibatan (Mulderriq, 2017).

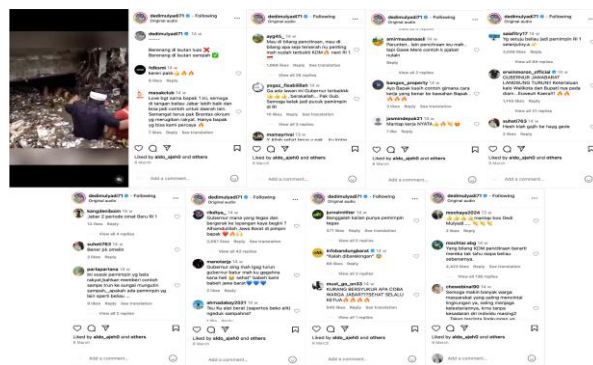
Dengan demikian, dimensi teks dalam konten ini menunjukkan bagaimana sebuah citra politik yang spesifik dibentuk melalui strategi afektif yang dirancang secara visual dan simbolik. Dedi Mulyadi ditampilkan bukan sebagai birokrat yang dingin, tetapi sebagai sosok yang menangis bersama rakyatnya. Representasi ini menggabungkan diksi moral, simbol budaya lokal, dan ekspresi emosional untuk membangun kesan otentisitas dan empati sebagai bagian dari strategi komunikasi politik. Dalam konteks ini, komunikasi bukan hanya penyampaian informasi, tetapi sebuah praktik wacana yang turut menentukan

bagaimana kekuasaan dijalankan dan bagaimana legitimasi dibangun melalui narasi-narasi visual dan emosional yang tersebar di ruang digital.

Dimensi Diskursif

Praktik diskursif mengacu pada proses produksi, distribusi, dan konsumsi wacana sebagai bagian dari proses sosial yang lebih luas. Melalui pendekatan ini, analisis terhadap konten video Dedi Mulyadi tidak hanya berhenti pada pesan yang tersurat, tetapi menggali lebih dalam siapa yang memproduksi wacana tersebut, bagaimana ia disebarluaskan, dan bagaimana makna dibentuk secara kolektif oleh publik sebagai bagian dari konstruksi sosial dalam ruang digital. Konten yang menampilkan Dedi Mulyadi menyusuri sungai yang penuh sampah merupakan hasil dari produksi simbolik yang terencana. Tidak ada indikasi bahwa video ini bersifat spontan atau dokumentasi insidental. Sebaliknya, kehadiran sudut pengambilan gambar yang beragam, kualitas audio visual yang baik, serta pemilihan waktu dan lokasi yang dramatis mengindikasikan keterlibatan tim produksi yang bekerja di bawah koordinasi tim komunikasi Dedi Mulyadi. Ini bukan sekadar dokumentasi kegiatan, melainkan proses kurasi citra, yang dirancang untuk menyampaikan pesan bahwa seorang pemimpin harus turun langsung menyentuh persoalan rakyat dalam hal ini, masalah lingkungan yang akut.

Produksi wacana semacam ini mengandalkan bentuk komunikasi politik visual yang mengungkap retorika aksi nyata (performative politics). Pemilihan ekspresi tubuh Dedi yang tanpa ragu masuk ke air kotor, gestur membungkuk memungut sampah, serta cara berpakaian yang sederhana dan khas Sunda menjadi elemen-elemen visual yang dikonstruksi untuk memperkuat identitasnya sebagai pemimpin yang tidak berjarak dari masyarakat. Melalui proses ini, narasi mengenai “kepemimpinan otentik” bukan sekadar disampaikan lewat kata-kata, melainkan dimanifestasikan melalui aksi yang direkam dan disebarluaskan. Distribusi konten dilakukan secara strategis melalui akun resmi Instagram @dedimulyadi71, yang telah lama berfungsi sebagai kanal utama komunikasi politik digital bagi sang tokoh. Platform ini dipilih bukan tanpa alasan. Instagram memberikan kombinasi visual, komentar real-time, dan fitur berbagi yang memperkuat daya jangkauan serta potensi viralitas konten. Pemilihan caption yang berbunyi “Berenang di lautan sampah ✘ Berenang di lautan sampah ☑” merupakan bagian dari strategi framing yang sederhana namun efektif: mengundang reaksi, memicu diskusi, sekaligus menanamkan pesan bahwa pemimpin ideal bukanlah mereka yang berenang di “lautan pujian”, melainkan yang benar-benar “masuk ke lumpur” persoalan rakyat.



Gambar 2. Dedi Mulyadi Masuk ke Dalam Sungai yang Dipenuhi Sampah
Sumber: Unggahan Instagram @dedimulyadi71

Respons publik terhadap unggahan ini memperlihatkan proses konsumsi wacana yang bersifat interaktif dan partisipatif. Dalam kolom komentar, terlihat gelombang besar dukungan yang ditandai dengan pernyataan kekaguman, doa agar Dedi menjadi presiden RI berikutnya, hingga narasi afirmatif yang menyebut aksi tersebut sebagai “bukti kerja nyata”. Sebagai contoh, komentar seperti “Jabar 2 periode tamat, Baru RI 1” dan “Yang bilang pencitraan berarti mereka tak tahu siapa beliau sebenarnya” memperlihatkan bagaimana publik tidak hanya mengonsumsi wacana, tetapi juga mengartikulusikannya dalam bentuk legitimasi sosial. Ini menunjukkan bahwa distribusi konten di media sosial tidak bersifat linier, melainkan dialogis, di mana publik menjadi bagian aktif dalam memperkuat atau bahkan membentuk narasi baru. Namun, tidak semua respons bersifat positif. Beberapa komentar menyebut aksi tersebut sebagai pencitraan. Meski demikian, komentar kritis tersebut tampak teredam oleh derasnya dukungan, baik secara kuantitatif (jumlah likes dan komentar positif) maupun secara kualitatif

(narasi publik yang mengafirmasi kebaikan sang tokoh). Dalam kerangka Fairclough, proses ini mencerminkan berlangsungnya mekanisme hegemoni, yakni bagaimana wacana dominan tentang “pemimpin rakyat” direproduksi terus-menerus melalui interaksi sosial dalam platform digital yang memang dirancang untuk memperkuat resonansi afektif.

Interaksi publik dalam komentar tidak hanya menjadi bentuk konsumsi, tetapi juga bagian dari produksi makna baru. Melalui proses recontextualization, publik mentransformasi tindakan simbolik Dedi Mulyadi menjadi narasi kepemimpinan alternatif pemimpin yang tidak hanya hadir dalam pidato atau peraturan, tetapi dalam tindakan langsung di medan sosial. Dalam ruang digital yang diwarnai oleh distrust terhadap elite politik, konten semacam ini menawarkan pengalaman afektif yang seolah nyata, dan karena itu, mudah diterima dan disebar.

Dengan demikian, dalam dimensi praktik diskursif, konten Dedi Mulyadi tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga arena wacana yang memperlihatkan bagaimana kekuasaan simbolik diproduksi, disebarluaskan, dan dikonsolidasikan melalui media sosial. Praktik ini tidak lepas dari dinamika ideologis yang bekerja secara halus namun sistemik mengubah tindakan simbolik menjadi fondasi representasi politik, dan menjadikan publik sebagai aktor sekaligus

panggung dalam kontestasi makna kepemimpinan di era digital.

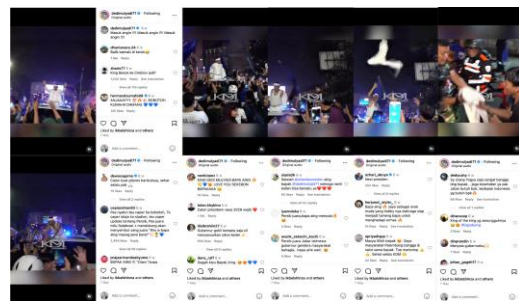
Dimensi Sosial

Wacana tidak hanya dipahami sebagai teks atau praktik diskursif, tetapi sebagai bagian integral dari jaringan relasi sosial, struktur kuasa, serta nilai-nilai budaya yang mengatur dinamika masyarakat. Wacana dalam konteks ini bukanlah fenomena yang netral; ia membawa muatan ideologis, reproduksi kekuasaan, dan proses hegemonik yang terus dinegosiasikan melalui berbagai bentuk representasi simbolik. Dalam kasus unggahan video Dedi Mulyadi saat merayakan kemenangan Persib Bandung, konten tersebut tidak dapat direduksi hanya sebagai ekspresi kultural atau hiburan semata, melainkan menjadi medan kontestasi representasi sosial-politik yang merefleksikan keterkaitan antara kekuasaan, identitas lokal, dan resistensi terhadap dominasi narasi kekuasaan pusat. Dalam video tersebut, Dedi Mulyadi tampil mengenakan iket putih dan pakaian adat Sunda, berdiri di atas mobil terbuka, menyapa massa yang memadati jalanan kota. Ungkapan-ungkapan seperti “Bapak Aing”, “Next president”, hingga “King of the King” yang membanjiri kolom komentar di Instagram mencerminkan bagaimana tokoh politik ini tidak semata-mata diposisikan sebagai pejabat administratif, melainkan sebagai representasi simbolik dari aspirasi lokal masyarakat Sunda.

Dalam kerangka ini, visualisasi kehadiran Dedi tidak berdiri sendiri, melainkan membangun narasi alternatif terhadap pusat kekuasaan nasional yang selama ini terfokus di Jakarta. Identitas kedaerahan, dalam hal ini budaya Sunda, dimobilisasi secara sadar untuk membangun klaim eksistensi dalam wacana kekuasaan nasional.

Momentum kemenangan Persib digunakan secara strategis untuk memproduksi wacana kedekatan, kepercayaan, dan identifikasi antara pemimpin dan rakyat. Dedi Mulyadi tidak hadir sebagai birokrat yang terpisah dari massa, tetapi sebagai figur yang melebur dalam euforia kolektif, menyerap simbol-simbol budaya populer (suporter, seruan khas, ikon klub), dan memanfaatkan ruang digital sebagai kanal pembentukan citra. Dalam praktik sosial ini, terlihat jelas bagaimana komunikasi politik tidak lagi bergantung pada struktur formal institusional, melainkan berlangsung dalam perjumpaan afektif yang intens antara simbol, tubuh, dan partisipasi publik. Kondisi ini mencerminkan pergeseran model legitimasi dari rasionalitas birokratis ke arah representasi emosional dan kultural yang lebih bersifat grassroots. Lebih jauh, perlu dicermati bahwa praktik sosial ini tidak terjadi dalam ruang hampa. Ketimpangan relasi etnis serta dominasi elite politik pusat terhadap daerah menjadi latar belakang yang turut membentuk konstruksi makna dalam konten tersebut. Dalam konteks sejarah politik Indonesia, tokoh-tokoh dari wilayah Sunda

cenderung memiliki ruang yang terbatas dalam kontestasi nasional. Dengan menampilkan diri sebagai “Bapa Aing” sebuah istilah yang mengandung kedekatan dan penghormatan dalam konteks budaya Sunda, Dedi Mulyadi menantang struktur representasi kekuasaan yang Jakarta-sentris dan berupaya membentuk imaji alternatif bahwa elite lokal pun layak menjadi bagian dari diskursus nasional, bahkan dalam spektrum elektoral tertinggi.



Gambar 3. Dedi Mulyadi dalam Perayaan Kemenangan Persib Bandung
Sumber: Unggahan Instagram @dedimulyadi71

Ruang komentar dalam unggahan tersebut menjadi laboratorium mini bagi produksi dan reproduksi makna sosial. Ungkapan-ungkapan seperti “kami bangga punya pemimpin seperti ini”, “Jabar butuh Bapak, Indonesia juga”, hingga “turun langsung ke jalan, bukan pencitraan” menunjukkan adanya proses artikulasi identitas kolektif yang dibentuk secara dialogis antara konten dan audiens. Dalam kerangka ini, publik tidak hanya menjadi konsumen pasif, melainkan aktor yang aktif dalam menciptakan dan menegaskan representasi simbolik tertentu. Interaksi ini membuktikan bahwa praktik sosial wacana dalam era digital bukanlah

komunikasi satu arah, tetapi bentuk partisipasi emosional dan politik yang terus bergerak. Salah satu momen kunci yang memperkuat analisis ini adalah ketika Dedi Mulyadi membuka jas, melepas kemejanya di atas mobil, dan melemparkannya ke arah massa yang antusias menyambutnya. Gestur ini, yang secara visual sangat mencolok, memuat lapisan makna yang kompleks. Pada awalnya, pakaian resmi seperti jas dan kemeja putih merepresentasikan posisi Dedi sebagai pejabat formal, simbol dari kekuasaan birokratik dan institusional. Namun saat pakaian tersebut dilepas dan dilemparkan ke publik, terjadi transformasi makna yang signifikan sebuah pelepasan simbolik dari hierarki kekuasaan menuju representasi kesetaraan.

Tindakan Dedi mengenakan hanya kaos dalam setelah melepas jas dan kemeja, menandakan kehadiran figur pemimpin yang 'telanjang' secara simbolik tanpa atribut protokoler, tanpa jarak institusional. Ia tampil sebagai bagian dari massa, bukan di atas massa. Dalam praktik sosial Indonesia yang masih menjunjung tinggi jarak antara elite dan rakyat, gestur ini menjadi bentuk resistensi simbolik terhadap model kepemimpinan konvensional. Dalam kacamata Fairclough, ini merupakan bentuk transformasi identitas diskursif, di mana pemimpin tidak hanya berbicara tentang kedekatan, tetapi memerankannya secara visual dan afektif.

Lebih jauh, respons publik terhadap momen ini memperkuat kedalaman makna

simbolik tersebut. Masyarakat yang berebut kemeja bukan sekadar menunjukkan antusiasme, tetapi menandai bagaimana benda sehari-hari bisa diubah menjadi artefak politik yang sarat nilai afektif. Kemeja Dedi menjadi metonimi dari dirinya sebagai pemimpin - disentuh, dimiliki, dibawa pulang oleh rakyatnya. Dalam masyarakat digital yang mengedepankan keterlibatan emosional, momen ini viral dan diperbincangkan secara luas. Ia membentuk ekosistem makna baru, di mana performativitas tubuh menjadi medium utama artikulasi politik, bukan sekadar pesan lisan atau kebijakan tertulis.

Dengan demikian, konten ini mengilustrasikan bagaimana wacana politik di ruang digital Indonesia semakin tidak bisa dilepaskan dari praktik sosial yang melibatkan dimensi identitas, emosi, dan relasi kuasa. Melalui simbol budaya lokal, ekspresi tubuh, dan performa publik, Dedi Mulyadi mengonstruksi dirinya sebagai representasi alternatif dari kepemimpinan politik nasional - yang tidak hanya birokratis dan elitis, tetapi juga emosional, populis, dan berakar pada identitas komunitas. Ini menegaskan bahwa kekuasaan dalam masyarakat kontemporer tidak hanya dinegosiasikan melalui sistem politik formal, tetapi juga melalui strategi representasi yang melekat dalam praktik sosial sehari-hari di ruang digital.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik komunikasi politik Dedi Mulyadi tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial, budaya, dan simbolik masyarakat Jawa Barat, terutama ketika media sosial menjadi ruang utama artikulasi representasi politik. Melalui konten-konten digital yang penuh muatan emosional dan simbol budaya lokal mulai dari aksi teatrikal di sungai hingga perayaan kemenangan Persib, Dedi tidak hanya membentuk citra diri, tetapi juga merespon ketimpangan representasi kekuasaan antara elite pusat dan daerah. Citra kepemimpinan yang ia bangun tidak bersandar pada dokumen atau kebijakan formal, melainkan pada interaksi visual dan performatif yang dikurasi secara sadar melalui media sosial. Ini menunjukkan bagaimana ruang digital hari ini menjadi tempat utama dalam membangun legitimasi politik, tidak lagi hanya melalui retorika programatik, tetapi melalui kemampuan menciptakan resonansi afektif yang kuat bersama publik. Dalam kerangka [Fairclough \(2013\)](#), hal ini mencerminkan bagaimana wacana politik bekerja dalam tiga lapis: teks, praktik diskursif, dan praktik sosial yang dalam kasus ini, seluruhnya saling berkaitan dan direproduksi secara intens di ruang digital.

Temuan ini juga memperlihatkan bahwa strategi komunikasi politik berbasis lokalitas bukan hanya soal membumikan pesan, tetapi juga soal resistensi simbolik terhadap dominasi

narasi politik nasional yang sentralistik. Ketika Dedi Mulyadi melemparkan kemejanya ke massa atau berdiri di atas mobil dengan iket Sunda dan kaos putih, ia tidak sekadar tampil sebagai pemimpin populis, tetapi sebagai simbol representasi budaya yang selama ini termarginalisasi dalam politik nasional. Ini adalah bentuk kontestasi wacana: membangun politik dari bawah, dengan bahasa visual dan emosional yang mampu menjangkau dan mengikat publik secara luas. Secara praktis, penelitian ini memberi pemahaman bahwa komunikasi politik saat ini telah mengalami pergeseran besar, terutama dalam masyarakat yang sangat terhubung secara digital. Para aktor politik yang ingin membangun kepercayaan publik tidak bisa lagi bergantung pada pendekatan formal semata. Kemampuan untuk hadir secara emosional, menyentuh sisi afektif masyarakat, dan mengartikulasikan identitas kultural secara autentik justru menjadi kunci dalam menciptakan kedekatan dan keterlibatan.

Untuk penelitian selanjutnya, perlu dikaji lebih dalam bagaimana algoritma platform digital seperti Instagram dan TikTok turut memengaruhi distribusi makna dan bentuk keterlibatan politik. Selain itu, relasi antara komunikasi visual, etnisitas, dan bentuk resistensi lokal terhadap struktur kekuasaan pusat dapat menjadi bidang yang kaya untuk ditelusuri dalam konteks demokrasi digital yang kian kompleks dan penuh lapisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atsilah, A., Utami, Y. S., & Tripambudi, S. (2018). Public Official's Personal Branding on Social Media (Content Analysis on Dedi Mulyadi Fan Page Timeline on October 2017). *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 11(1), 52–60. <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-southeast> asia:contentReference[oaicite:0]{index=0}
- Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Fairclough, N. (2013). *Language and Power* (2nd ed.). London: Routledge.
- Fathonah, R. D. N. S., & Yudhistira, D. (2023). The Representation of the Ideal Sundanese, According to Kang Dedi Mulyadi YouTube Channel. *International Journal of Humanity Studies (IJHS)*, 7(1), 72–82.
- Flowerdew, J., & Richardson, J. E. (2018). *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies*. New York: Routledge.
- [https://suaraindonesia-news.com/fantastis-follower-dedi-mulyadi-tembus-angka-10-juta:contentReference\[oaicite:3\]{index=3}](https://suaraindonesia-news.com/fantastis-follower-dedi-mulyadi-tembus-angka-10-juta:contentReference[oaicite:3]{index=3)
- Irawanto, B. (2023). "Komunikasi Politik Visual dan Ruang Digital Lokal." *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 15(2), 107–121.
- Kincheloe, J. L., & McLaren, P. (2011). *Rethinking Critical Theory and Qualitative Research*. In Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (4th ed., pp. 163–177). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. London: SAGE.
- Moffitt, B. (2016). *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford: Stanford University Press.
- Muldani, T., & Harmonis. (2022). Implementation of the Political Public Relations Approach for DPR Member Dedi Mulyadi through Youtube Channel. *Legal Brief*, 11(2), 1165–1173. [https://www.legal.isha.or.id/index.php/legal/article/view/417:contentReference\[oaicite:2\]{index=2}](https://www.legal.isha.or.id/index.php/legal/article/view/417:contentReference[oaicite:2]{index=2)
- Mulderrig, J. (2017). *Positioning and Persuading: A CDA Approach to Political Discourse*. *Critical Discourse Studies*, 14(3), 225–242. <https://doi.org/10.1080/17405904.2017.1284681>
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Riyanto, A. (2022). "Kepemimpinan Populis dalam Ruang Media Sosial: Analisis Visual Terhadap Figur Kepala Daerah." *Jurnal Politik dan Pemerintahan Daerah*, 14(3), 211–227.
- Setiawan, B. (2021). "Narasi Afektif dalam Komunikasi Politik Lokal di Instagram." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 89–103.
- Siahaan, F. R., Anwar, R., & Rusmana, A. (2022). Digital Personal Branding of Sundanese Politicians in Indonesia (Case Study on Dedi Mulyadi During the COVID-19 Pandemic). *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 19(1), 1127–1139.
- Subiakto, H., & Priyanto, A. (2019). *Politik Representasi dan Media Sosial: Teori dan Praktik*. Jakarta: Koinfo Press.
- Thompson, J. B. (2000). *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity Press.
- Yunita, R. E. (2020). Branding Lokalitas dalam Personal Branding Politik Dedi Mulyadi. *MediaTor: Jurnal Komunikasi*, 13(1), 39–48. [https://journal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/23609:contentReference\[oaicite:4\]{index=4}](https://journal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/23609:contentReference[oaicite:4]{index=4)
- Zamzami, Y. (2020). "Kekuasaan dan Resistensi di Era Digital: Studi Wacana dalam Politik Lokal." *Jurnal Demokrasi dan Komunikasi*, 8(1), 55–71.