

RETORIKA DIGITAL DAN TRANSFORMASI KEPEMIMPINAN POLITIK PADA DEDI MULYADI DI YOUTUBE

Nurul Hidayati Lailatun Hasanah¹, Andre Noevi Rahmanto², Mahfud Anshori³

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta

¹ nurulhidayatilh@student.uns.ac.id, ² andre@staff.uns.ac.id, ³ mahfudanshori_fisip@staff.uns.ac.id

Abstrak

Saat ini komunikasi politik di Indonesia telah mengalami pergeseran yang menuntut para aktor politik atau pemimpin daerah untuk lebih responsif dan adaptif terhadap digitalisasi. Hal ini juga dilakukan oleh Dedi Mulyadi pada akun YouTube miliknya, yakni @kangdedimulyadichannel. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana gaya kepemimpinan hingga strategi populisme digital Dedi Mulyadi dengan dukungan teori retorika klasik Aristoteles (*ethos*, *pathos*, *logos*) serta kerangka *Digital Delivery* James E. Porter. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menghubungkan analisis retorika Aristoteles dan analisis *digital delivery*, serta teknik pengumpulan data melalui observasi audio, visual, dan teks yang sesuai dengan kategori konten interaksi secara langsung dengan warga, tindakan responsif, serta narasi yang mengandung kepemimpinan. Model Miles dan Huberman digunakan untuk reduksi, penyajian, analisis data hingga penarikan kesimpulan. Hasil menunjukkan bahwa akun YouTube @kangdedimulyadichannel membangun kredibilitas melalui platform yang autentik, menyentuh empati publik melalui narasi kemanusiaan, serta legitimasi kebijakan politik. Strategi penyampaian digitalnya berhasil mengonversi aksi lapangan menjadi aksi digital yang masif. Kontribusi dan kebaruan penelitian ini adalah integrasi dua perspektif dalam komunikasi politik, yakni retorika klasik Aristoteles dan kerangka digital delivery James E. Porter, khususnya di media digital Youtube.

Kata Kunci: retorika digital, kepemimpinan responsif, Dedi Mulyadi, YouTube, komunikasi politik.

Abstract

Currently, political communication in Indonesia has undergone a shift that requires political actors or regional leaders to be more responsive and adaptive to digitalization. This is also the case for Dedi Mulyadi with his YouTube account, @kangdedimulyadichannel. Therefore, this research aims to examine Dedi Mulyadi's leadership style and digital populism strategy, supported by Aristotle's classical rhetoric theory (*ethos*, *pathos*, *logos*) and James E. Porter's *Digital Delivery* framework. This study uses a qualitative approach, connecting Aristotle's rhetorical analysis and digital delivery analysis, with data collection techniques through audio, visual, and text observation, focusing on content categories such as direct interaction with citizens, responsive actions, and leadership narratives. The Miles and Huberman model is used for data reduction, presentation, analysis, and drawing conclusions. The results show that the YouTube account @kangdedimulyadichannel builds credibility through an authentic platform, appeals to public empathy through humanitarian narratives, and legitimizes political policies. Its digital delivery strategy successfully converts field actions into massive digital actions. The contribution and novelty of this research are the integration of two perspectives in political communication: Aristotle's classical rhetoric and James E. Porter's digital delivery framework, particularly on the digital media platform YouTube.

Keywords: digital rhetoric, responsive leadership, Dedi Mulyadi, YouTube, political communication

1. PENDAHULUAN

Perkembangan internet dan era digital membawa perubahan paradigma yang signifikan dalam berbagai aspek di kehidupan. Perkembangan teknologi digital dan internet tidak hanya mengubah gaya hidup masyarakat (Andriani, 2021), tetapi juga menggeser paradigma komunikasi politik dari model satu arah yang dimediasi media konvensional menjadi komunikasi daring yang interaktif dan partisipatif (Adam & Setiadarma, 2026). Di Indonesia, internet yang sudah hadir sejak tahun 1990 menciptakan fenomena baru yang dikenal dengan komunikasi politik daring (*online political communication*) yang mengubah komunikasi politik tradisional yang sebelumnya dimediasi oleh media konvensional. Komunikasi politik adalah komunikasi yang terdiri dari pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, dan berhubungan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah (Nazila et al., 2025).

Transformasi memberikan peluang Masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam diskusi politik, karena media sosial sebagai agen perubahan dan pembentuk opini (Arsyad et al., 2024). Media sosial diperlukan untuk menyampaikan dan menyiarkan informasi kebijakan dari satu institusi, lembaga, dan pemerintah daerah (Nur et al., 2022), sekaligus medan kontestasi digital (*digital battleground*) di mana kekuasaan negara dan interaksi publik saling berhubungan (Karataş & Bek, 2024).

Dinamika arus informasi yang cepat ini menuntut hadirnya kepemimpinan digital (*digital leadership*) yang didukung oleh wawasan, pengambilan keputusan, dan implementasi berbasis digital (*digital insights, decision-making, and implementation*) sebagai bagian dari kapasitas tata kelola negara modern (Peng, 2022). Pemimpin digital dituntut tidak hanya responsif tanpa batasan ruang fisik (Permana et al., 2023), tetapi juga mampu merespons tantangan etika digital seperti bias algoritmik, privasi data, dan ketimpangan digital (*algorithmic bias, data privacy, and digital inequality*) guna menjaga transparansi serta kepercayaan publik (İlgün-Kamanlı & Balciog˘lu, 2025). Fenomena kepemimpinan yang responsif di era digital dapat dilihat dari salah satu pemimpin kepala daerah yaitu gubernur Jawa Barat Dedi Mulyadi, melalui salah satu media sosial YouTube miliknya yaitu @kangedimulyadichannel. YouTube memiliki keunggulan yaitu tidak terdapat batasan durasi untuk mengunggah video, dibanding media sosial

lainnya (Fairuzzabad & Suranto, 2022). YouTube dapat menjadi tempat untuk mevisualisasikan tindakan langsung di lapangan, penyelesaian isu sosial, serta narasi kemanusiaan secara utuh. Tindakan tersebut tidak hanya menjadi solusi yang praktis, tetapi disajikan kedalam narasi digital dalam bentuk retorika visual dan lisan yang dapat dilihat di media sosial miliknya salah satunya adalah YouTube.

Dedi Mulyadi bergabung di YouTube sejak 07 November 2017 dengan jumlah pengikut 8,94 juta dan jumlah video yang di posting sebanyak 5.000 video. Berdasarkan sampel konten yang akan diteliti, seperti konten dengan judul *Sidak Tambang Ilegal* dan *Fasilitas Taman Berubah Kumuh* kedua konten tersebut memiliki rata-rata jumlah *viewers* sebanyak 3.000 sampai dengan 1 Juta penayangan dalam seminggu. Tingkat *engagement public* juga sangat tinggi dengan jumlah rata-rata *like* sampai dengan 11.000 hingga 27.000 *like* disetiap satu video. Selain jumlah *viewer* dan juga *like* jumlah komentar juga mencapai ribuan komentar, hal ini menunjukkan responsivitas publik terhadap gaya kepemimpinan Dedi Mulyadi. YouTube adalah salah satu media sosial yang memiliki kekuatan persuasif yang dapat mendorong kesadaran publik dengan konten audio visual yang menarik (Dhia et al., 2021).

Penelitian tentang retorika digital dan transformasi kepemimpinan sebelumnya sudah dilakukan. Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada tiga pilar retorika klasik Aristoteles *ethos*, *pathos*, dan *logos* (Marzuki et al., 2025), sedangkan saat ini digitalisasi telah menggeser paradigma retorika humanistik menuju paradigma algoritmik (Rahman et al., 2025). (Porter, 2009) mengkritik kanon penyampaian (*delivery*) klasik dengan mengajukan lima pilar *digital delivery* yaitu tubuh/identitas, distribusi, akses, interaksi, dan ekonomi/kebijakan informasi.

James E. Porter mengembangkan dari konsep retorika Aristoteles dengan mengkritik pada kanon retorika klasik, khususnya tentang *delivery* (penyampaian). Porter berpendapat bahwa penyampaian pesan didalam ruang digital terdiri dari lima pilar utama (Porter, 2009) yaitu tubuh atau identitas dalam hal ini adalah representasi yang dilihat suara, pakaian, gerak tubuh, serta pernyataan identitas, dan representasi tentang ras, kelas, gender. Pilar keduanya adalah distribusi dimana ini tentang teknologi penerbitan, memproduksi, dan mendistribusikan dan menyebarkan informasi. Pilar ketiga adalah akses

dalam hal ini tentang hubungan audiens dengan informasi berbasis internet. Pilar keempat adalah interaksi dalam ini adalah jangkauan dan keterlibatan yang didorong atau dengan desain digital. Pilar terakhir adalah ekonomi tentang hak cipta, kepemilikan, dan kontrol informasi, dan politik kebijakan. Dalam hal ini berhubungan dengan kredibilitas seorang pemimpin dalam ruang digital yang tidak hanya dibuat dengan kata-kata, tetapi juga dengan identitas mereka yang dikonstruksi secara visual, dan bagaimana interaksi tersebut disebarkan secara strategis di *platform* seperti YouTube (Paramita & Irena, 2020).

Kerangka ini diperluas oleh kajian retorika digital terkini yang menjelaskan topologi retorika (*rhetorical topology*) dengan gaya komunikasi personal (*personalized communication styles*) dan taktik jaringan (Alfonzo, 2021). Wacana prediktif multimodal (*multimodal predictive discourse*) dalam penyampaian pesan digital (Amit-Danhi et al., 2024) Kredibilitas pemimpin di ruang virtual kini tidak hanya dibentuk oleh pesan verbal, melainkan oleh rekonstruksi identitas visual dan strategi penyebaran pesan di platform media sosial (Paramita & Irena, 2020). Di sisi lain, riset kepemimpinan digital sebelumnya dominan berada pada ranah teoritis administrasi publik dan organisasi (Irfan et al., 2024), memberikan celah empiris pada praktik komunikasi politik figur publik di lapangan.

Komunikasi politik yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi di akun YouTube miliknya @kangedimulyadichannel menunjukkan adanya pergeseran dari awalnya birokrasi formal menuju pada gaya kepemimpinan digital yang responsif. Interaksi yang tinggi yang terlihat pada partisipasi publik di konten yang dibuatnya membuat adanya celah kritis tentang retorika digital. Bentuk dari transparansi tata kelola yang sejalan dengan teori kepemimpinan digital, atau hanya menjadi gimik politik yang ada dalam kritik wacana populisme. Oleh karena itu penelitian ini akan meneliti bagaimana konstruksi kepemimpinan digital Dedi Mulyadi dalam akun YouTube-nya @kangedimulyadichannel dalam gaya kepemimpinan yang responsif dengan sudut pandang retorika Aristoteles dan James E. Porter. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam transformasi retorika dan teknis penyampaian digital yang dilakukan Dedi Mulyadi pada *platform* YouTube.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis retorika Aristoteles dan menggabungkan analisis penyampaian (*digital delivery*). Hal ini berkaitan dengan prinsip didalam buku Retorika: Teori dan teknik praktis seni berbicara di era digital (Saputra, 2024), metode ini digunakan untuk dapat menganalisis strategi persuasi yang disusun secara sistematis oleh komunikator politik di ruang digital.

Subjek penelitian ini adalah akun youtube resmi Dedi Mulyadi yaitu @kangedimulyadichannel, akun Youtube Dedi Mulyadi sudah aktif sejak 17 November 2017 dan terhitung sudah 9 tahun akun YouTube milik Dedi Mulyadi dibuat. Akun YouTube Dedi Mulyadi memiliki jumlah *subscriber* 8,94 juta dan telah membuat sebanyak lebih dari 5.000 Video. Objek penelitian dilakukan dengan memfokuskan pada enam konten video yang dibuat oleh Dedi Mulyadi. Konten dipilih dengan kategori konten yang dibuat menunjukkan interaksi secara langsung dengan warga, tindakan responsif dilapangan dan juga narasi yang digunakan mengandung kepemimpinan.

Penelitian ini memilih enam video yang paling representatif terhadap kepemimpinan responsif. Penggunaan sample terbatas untuk menjaga kedalaman analisis (*depth of analysis*) dibanding dengan keluasan kuantitas. Durasi dari masing-masing video yang dianalisis rata-rata lebih dari 20 menit. Priode pengamatan yang dilakukan pada unggahan video dengan rentang waktu 24 Januari sampai 26 Maret 2026.

Tabel 1. Data Konten Subjek Penelitian

No	Judul	Durasi	Tgl Post	Engage ment	Deskripsi video
1.	Longsor Menimpa Desa Pasirlang.Cisarua, Bandung Barat. KDM Turun Ke Lokasi Bantu Evakuasi	21 menit, 13 detik	24 Januari 2026	Lebih dari 1.067.421 penonton, 27.000 suka, dan 2.700 komentar	Menampilkan Dedi Mulyadi datang secara langsung ke lokasi longsor di Desa Pasirlangu, Cisarua, Bandung Barat dan membantu mengevakuasi.
2.	Mang Baum Kehilangan Tangan Saat Bekerja. Panik, 3 Tahun Biaya Rs Tak Dibayar Perusahaan	31 menit 54 detik	07 Februari 2026	Lebih dari 319.548 penonton, 11.000 suka, dan 898 komentar	Menampilkan percakapan anatar Dedi Mulyadi degan Mang Baum seorang pekerja yang kehilangan saatbekerja dan tangannnya beserta istrinya.
3.	Sidak Tambang Ilegal Pemilik Tambang Menangis-Curhat	23 menit 55 detik	06 Maret 2026	Lebih dari 735.711 penonton, 19.000 suka, dan 4.900	Menampilkan Dedi Mulyadi yang sedang melakukan sidak secara langsung ke tambang ilegal.

No	Judul	Durasi	Tgl Post	Engage ment	Deskripsi video
4.	Kesulitannya KDM Dampingi MENHUB Terbang Ke Garut. Dibikin Ngakak Kusir Andong 9 Anak	27 menit, 41 detik	14 Maret 2026	komentar Lebih dari 505.023 penonton 15.000 suka, dan 910 komentar	Menampilkan Dedi Mulyadi sedang melakukan pendampingan kementerian Perhubungan ke Garut.
5.	Kios Mulai Terbangun - Pedagang Liar Terus Ditertibkan. Marka Jalan Tren Mandalika	24 menit, 01 detik	20 Maret 2026	Lebih dari 1.076.221 penonton, 27.000 suka, dan 2.700 komentar	Menampilkan Dedi Mulyadi yang sedang menertibkan pedagang liar yang berada di marka jalan.
6.	Fasilitas Taman Berubah Jadi Kumuh. KDM Tegur Pedagang Dan Bersihkan Sampah	22 menit, 06 detik	28 Maret 2026	Lebih dari 614.383 penonton, 17.000 suka, dan 3.300 komentar	Menampilkan Dedi Mulyadi melakukan peneguran secara langsung terhadap warga karena fasilitas umum taman berubah menjadi kumuh dan ikut melakukan pembersihan.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan dua kerangka teoris yang pertama yaitu retorika Aristoteles yang terdiri dari tiga elemen yaitu *ethos* untuk melihat kredibilitas sebagai pemimpin, *pathos* untuk melihat narasi emosional, musik, dan ekspresi wajah dalam menarik empati audiens (Dhia et al., 2021), selanjutnya *logos* adalah argument yang logis yang disampaikan kepada public (Marzuki et al., 2025). Teoritis selanjutnya adalah *digital delivery* untuk menganalisis bagaimana retorika dilakukan di ruang virtual, penelitian menggunakan lima pilar (Porter, 2009) yang terdiri pilar pertama adalah identitas untuk melihat penampilan fisik dan identitas budaya dalam mempresentasikan. Pilar kedua distribusi yaitu penyebaran konten penggunaan judul yang menarik. Pilar ketiga akses yang dimana kemudahan konstituen dalam menjangkau informasi dengan *substitute*., Pilar keempat adalah interaksi yaitu menganalisis interaksi yang dilakukan untuk menciptakan *engagement*. Pilar kelima adalah menganalisis nilai dari konten yang dibuat.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mengobservasi terhadap audio, visual, dan teks pada enam video yang dipilih sebagai sampel. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman dengan tiga tahapan yaitu reduksi data dengan menyatukan dan menyeleksi data yang penting dan data utama. Tahap kedua penyajian data dengan menampilkan data yang didapat dari hasil penelitian kedalam bentuk yang mudah dipahami. Tahap ketiga pengambilan

kesimpulan dengan mengumpulkan data yang sudah didapatkan dan selanjutnya memahami makna dari data yang sudah didapatkan (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024).

3. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Penelitian dilakukan dengan menganalisis isi konten video YouTube Dedi Mulyadi. Jumlah konten video yang dianalisis berjumlah enam video dengan periode 24 Januari 2026 sampai 26 Maret 2026, dengan menggunakan dua unit analisis utama. Analisis retorika pertama dengan model Aristoteles melalui tiga pilar, *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Kedua analisis teoritis selanjutnya adalah *digital delivery* untuk menganalisis bagaimana retorika dilakukan di ruang virtual. Penelitian menggunakan lima pilar yaitu tubuh atau identitas (*body or identity*), distribusi (*distribution*), akses (*access*), interaksi (*interaction*), dan ekonomi (*economy*).

Penggabungkan kedua teori retorika Aristoteles dan digital delivery James E. Porter, tidak hanya menganalisis yang dikatakan secara verbal, tetapi juga pada teknis penyampaian dalam sebuah tindakan dilapangan yang bertransformasi menjadi diskursus politik.

Retorika Klasik Aristoteles dalam Konten YouTube Dedi Mulyadi

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa strategi komunikasi politik yang dilakukan Dedi Mulyadi di YouTube terdapat pergeseran yang awalnya dari birokrasi formal yang kaku menjadi gaya kepemimpinan yang responsif. Retorika Aristoteles memiliki tiga pilar yang pertama *ethos* dalam pilar ini kredibilitas Dedi Mulyadi tidak lagi diciptakan dengan jabatan formal, tetapi dengan kinerja dilapangan yang konsisten. *Ethos* digital Dedi Mulyadi dibentuk secara visual dengan menggunakan identitas budaya seperti ikat kepala Sunda dan pakaian kasual putih yang menjadi khas seorang Dedi Mulyadi di lapangan. Kredibilitas yang dimilikinya diperkuat dengan memiliki keberanian moral Ketika menghadapi kelompok atau seorang yang melanggar hukum, dan secara bersamaan pertentangan ini digabungkan dengan sisi humanis ketika memberikan bantuan kepada warga. Pilar *ethos* didalam konten Dedi Mulyadi di YouTube tidak hanya bergantung pada prosedur yang formal, tetapi juga pada kebijaksanaan praktis yang diperlihatkan dengan tindakan nyata. Dalam video yang berjudul *Kios Mulai Terbangun - Pedagang Liar Terus Ditertibkan Marka Jalan Tren Mandalika* dan yang berjudul *Fasilitas*

Taman Berubah Jadi Kumuh. KDM Tegur Pedagang Dan Bersihkan Sampah, kredibilitasnya terlihat dari pemahaman tentang tata kelola dan kebersihan yang dilakukan secara langsung dipraktikkan di lapangan.

Metode yang paling kuat dalam membuat keterlibatan publik adalah dengan menggunakan *pathos*. Dedi Mulyadi dengan strategis menggunakan Teknik wawancara yang lebih jauh menggali penderitaan rakyat kecil terlihat pada kasus Mang Baum yang ada pada konten yang berjudul *Mang Baum Kehilangan Tangan Saat Bekerja. Panik, 3 Tahun Biaya Rs Tak Dibayar Perusahaan* atau juga pada *Kusir Delman Tua*, dalam menciptakan empati dan solidaritas digital. Dalam video konten tersebut memperlihatkan narasi visual yang menunjukkan transformasi dari kesedihan menjadi kebahagiaan setelah mendapatkan solusi yang cepat. Efek yang ditimbulkan adalah menciptakan kelegaan mental yang tertahankan sebelumnya bagi audiens, hal ini terlihat dari jumlah suka dan komentar emosional dari konten video tersebut. Walaupun terdapat bagian emosional pilar *logos* ada didalam konten yang dibuat oleh Dedi Mulyadi. Dedi Mulyadi mengambil emosi kolektif Masyarakat kepada isu-isu pada keadilan sosial. Pemanfaatan ini dilakukan dengan menunjukkan dirinya sebagai pihak yang berada di rakyat kecil yang dimana mereka sedang mengalami masalah dibidang ekonomi atau aturan. Dedi Mulyadi berhasil dalam menciptakan modal politik yang sangat kuat karena audiens dapat ikut terlibat secara emosional dalam setiap tindakan yang dilakukan dan di unggah di akun YouTube Miliknya.

Logos dalam video yang dibuat di akun YouTube nya @kangedimulyadichannel, sebelumnya bahwa pada video konten yang sudah dibuat memperlihatkan pada aspek emosional, tetapi pilar *logos* tetap menjadi dasar rasional dalam setiap tindakan yang dilakukan. Dedi Mulyadi dalam kontennya menggunakan *silogisme* sederhana dalam menjelaskan kebijakan yang kompleks, seperti menghubungkan taman dengan jumlah wisatawan yang akhirnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Pemikiran yang logis ini disampaikan menggunakan bahasa Indonesia dan juga menggunakan bahasa daerah dengan warga setempat yang dapat di mengerti oleh masyarakat. Pada Saat melakukan penertiban yang dibuat pada kontennya, Dedi Mulyadi tidak memberikan larangan tetapi dengan menjelaskan kosekuensi yang logis dari pelanggan terhadap ekologi dan

ketertiban secara umum. Dalam hal ini yang pada awalnya intruksi kebijakan yang bersifat memaksa sampai pada masyarakat dapat menerima karena dianggap logis. Argument logis juga terlihat pada pemberian bantuan. Dedi Mulyadi didalam kontennya menghitung dengan terbuka kebutuhan warga di depan kamera, dan juga memberikan secara rasional mengapa bantuan tersebut diberikan dengan jumlah tertentu. Dalam hal ini menunjukkan bahwa kepemimpinan tidak hanya berdasarkan perasaan, tetapi sangat diperlukan pertimbangan pada kebutuhan yang terukur secara nyata.

Digital Delivery James E. Porter Pada Konten YouTube Dedi Mulyadi

Berhasilnya transformasi disebabkan pada strategi *digital delivery* (Porter, 2009) yang mengembangkan dari kanon retorika kalsik Aristoteles. Terdapat lima pilar *digital delivery*. Pilar pertama adalah *Body or dentity*, dalam pilar ini identitas visual Dedi Mulyadi adalah semangat dan merakyat sehingga menghilangkan sekat birokrasi yang formal. Dalam perspektif (Porter, 2009) salah satunya adalah tubuh atau identitas yang dimana pada digital Dedi Mulyadi bahwa representasi visual melebihi kehadiran secara fisik. Identitasnya dibentuk sebagai pemimpin yang semangat dan responsif, dan juga terlihat didalam videonya bergerak secara lincah ditempat yang sulit saat kunjungan langsung ke lapangan. Penampilan fisik yang tidak formal menjadi simbol perlawanan terhadap gaya kepemimpinan lama yang masih cenderung pasif.

Pilar kedua adalah distribusi atau sirkulasi dalam hal ini memanfaatkan secara besar dengan menggunakan algoritma YouTube untuk mengubah aksi sosial menjadi diskursus politik nasional. Sebuah sidak di lokasi terpencil di Jawa Barat dapat dengan cepat menjadi diskursus nasional karena dikemas dengan judul dan miniatur gambar yang propokatif tetapi juga informatif, mendorong sirkulasi pesan yang masif dan lintas platform. Dalam hal ini selanjutnya didukung dengan pilar ketiga yaitu akses yang inklusif, disini penggunaan bahasa sunda yang digunakan didalam video konten dibuat Dedi Mulyadi di campur dengan penggunaan bahasa indonesia dan dalam pengambilan video diambil dengan *cinema verite* yang memberikan kesan transparansi tanpa adanya sensor untuk audiens. Penggunaan bahasa Sunda dengan dialek lokal memberikan akses kultural yang kuat bagi masyarakat Jawa Barat, dan juga memberikan keunikan bagi penonton luar daerah.

Interaksi yang cukup tinggi dapat dilihat bahwa YouTube tidak hanya sebagai media penyimpanan tetapi juga sebagai ruang diskursus politik secara aktif. Pada pilar interaksi terdapat interaksi timbal balik yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi dan juga audiensnya. Dedi Mulyadi sering kali merespons masukan netizen dan sampai menindaklanjuti laporan warga yang masuk melalui media sosial, menciptakan siklus komunikasi partisipatif yang inklusif.

Dalam bidang ekonomi setiap video dapat menjadi *attention economy* yang menjadi modal sosial politik yang kuat. Dalam hal ini dapat dilihat dari konten Dedi Mulyadi yang melakukan tindakan nyata dengan memberikan bantuan kepada masyarakat dengan cara transparan langsung didepan kamera. Hal ini menjadi instrument politik dalam memperlihatkan bahwa kepemimpinan digital dapat memberikan solusi secara cepat tanpa melewati proses birokrasi tradisional yang tidak dapat secepat ini ditangani.

Transformasi komunikasi politik yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi pada akun YouTube-nya @kangedimulyadichannel memperlihatkan bahwa adanya pergeseran mendasar dalam cara kekuasaan dikonstruksi dan didistribusikan di era digital. Temuan penelitian ini menemukan bahwa kepemimpinan responsif tidak hanya slogan birokrasi, tetapi sebuah kinerja retorik yang adaptif terhadap algoritma platform. Hal ini sejalan dengan pemikiran (Putra et al., 2025) yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi telah mengalami perubahan paradigma retorika dari humanistik menuju paradigma algoritma. Dalam hal ini Dedi Mulyadi tidak lagi hanya mengandalkan kemampuan orasi di mimbar fisik, tetapi juga menggunakan kekuatan visual dan interaksi digital untuk membangun legitimasi politiknya.

Pilar *ethos* atau kredibilitas dalam penelitian ini ditemukan mengalami redefinisi. Jika dalam komunikasi politik tradisional *ethos* bersumber dari jabatan formal atau gelar akademik dalam ruang digital @kangedimulyadichannel, *ethos* dibangun dengan kebijaksanaan praktis yang ditunjukkan secara langsung. Analisis terhadap enam video sampel menunjukkan bahwa Dedi Mulyadi dengan konsisten memposisikan dirinya sebagai *problem solver* yang turun secara langsung ke lapangan. Tindakan seperti memungut sampah, menegur pelanggar aturan, sampai memberikan solusi finansial yang instan merupakan bentuk pembangunan karakter pemimpin yang autentik. Kredibilitas ini

diperkuat oleh identitas visual yang khas, seperti penggunaan ikat kepala Sunda dan pakaian putih, yang menurut (Paramita & Irena, 2020) merupakan bentuk retorika visual yang krusial bagi generasi milenial dan gen Z untuk mengidentifikasi seorang pemimpin yang dianggap nyata dan tidak elitis.

Meskipun demikian, kekuatan penting lainnya yang menjadi tingginya partisipasi publik pada konten Dedi Mulyadi adalah penggunaan *pathos* atau imbauan emosional. Analisis terhadap interaksi dengan warga seperti pedagang kecil, pengamen, hingga korban bencana menunjukkan bahwa Dedi Mulyadi menggunakan teknik wawancara dengan menggali sisi kemanusiaan terdalam. Narasi yang dibangun sering berfokus pada penderitaan rakyat kecil yang kemudian diselesaikan dengan tindakan responsif Dedi Mulyadi sebagai pemimpin. Hal ini menciptakan apa yang disebut oleh (Dhia et al., 2021) sebagai pesan persuasif yang efektif karena mampu menyentuh empati audiens. Perbandingan dengan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan emosi di media sosial bukan hanya gimik, tetapi strategi untuk membentuk *affective publics* sebuah komunitas digital yang terikat secara emosional dan secara sukarela menjadi agen distribusi konten melalui fitur *share* dan komentar.

Meskipun aspek emosional menjadi utama, pilar *logos* atau penalaran logis ada sebagai basis legitimasi kebijakan. Dedi Mulyadi sering kali menggunakan *silogisme* sederhana untuk menjelaskan keputusan-keputusan yang diambilnya di lapangan. Seperti terdapat dalam kontennya saat menertibkan pedagang liar, ia menjelaskan hubungan logis antara ketertiban, keindahan kota, dan peningkatan ekonomi jangka panjang bagi warga tersebut. Argumentasi logis ini penting untuk membantah populisme kosong. Sebagaimana dikemukakan oleh (Marzuki et al., 2025) retorika politik yang efektif harus dapat menggabungkan dan menyatukan teknik debat yang rasional dengan penyampaian yang menyentuh perasaan. Dedi Mulyadi logika pembangunan dan kelestarian ekologi disampaikan dalam bahasa yang sangat sederhana sehingga dapat diterima oleh audiens dari berbagai latar belakang pendidikan yang berbeda.

Keberhasilan konstruksi kepemimpinan digital ini tidak terlepas dari strategi *digital delivery* yang dikembangkan oleh (Porter, 2009). Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek *Body/Identity* Dedi Mulyadi yang penuh semangat dan merakyat di YouTube berhasil meruntuhkan batasan birokrasi formal yang selama ini dianggap

kaku dan sulit diakses. Identitas ini bukan hanya soal penampilan fisik, tetapi soal bagaimana seorang pemimpin hadir secara virtual di layar penonton setiap harinya. Hal ini mendukung argument (Porter, 2009) bahwa penyampaian pesan di ruang digital melibatkan interaksi manusia komputer yang kompleks, di mana kehadiran visual sering kali lebih berbicara dibandingkan teks tertulis.

Pilar *Distribution or Circulation* dan *Access* dalam kerangka Porter juga terlihat sangat kuat dalam strategi Dedi Mulyadi. Penggunaan algoritma YouTube memungkinkan aksi-aksi lokal di pedesaan Jawa Barat menjadi konsumsi publik nasional. Dedi Mulyadi memahami bahwa di era digital, sebuah kebijakan tidak hanya dilakukan, tetapi juga harus terlihat dilakukan oleh publik luas. Aksesibilitas bahasa, yakni penggunaan campuran bahasa Sunda dan Indonesia, memberikan kesan inklusifitas dan transparansi. Gaya pengambilan gambar yang bersifat dokumenter mentah yang memberikan kesan bahwa tidak ada yang ditutupi atau transparan, yang menurut (Arsyad et al., 2024) merupakan faktor kunci bagi media sosial sebagai agen perubahan dalam diskursus publik.

Selanjutnya, aspek *Interaction* dalam konten Dedi Mulyadi memperlihatkan bahwa YouTube telah menjadi ruang diskursus politik yang aktif. Partisipasi publik dalam bentuk komentar sering kali menjadi dasar bagi kebijakan atau aksi Dedi Mulyadi kedepannya. Hal ini mencerminkan manajemen kepemimpinan era digital yang responsif terhadap aspirasi milenial dan Gen Z, sebagaimana dibahas oleh (Permana et al., 2023). Interaksi dua arah ini menciptakan rasa memiliki *sense of belonging* di kalangan audiens, di mana mereka merasa suara mereka didengar dan ditindaklanjuti secara nyata oleh tokoh politik tersebut. Interaksi yang terjadi tersebut adalah bentuk pergeseran dari komunikasi politik satu arah menuju komunikasi partisipatif yang horizontal.

Secara *Economy* atau ekonomi perhatian, setiap video Dedi Mulyadi berhasil menarik perhatian publik menjadi modal politik. Strategi memberikan bantuan tunai di depan kamera sering dikritik sebagai bentuk populisme, tetapi dalam perspektif retorika digital ini adalah instrumen untuk menunjukkan kecepatan solusi digital dibandingkan lambatnya birokrasi tradisional. Dedi Mulyadi menggunakan *platform* YouTube-nya untuk memotong jalur administratif yang panjang, memberikan bukti langsung bahwa

pemimpin digital adalah pemimpin yang solutif.

Kepemimpinan digital Dedi Mulyadi adalah hasil dari perancangan yang baik antara retorika klasik Aristoteles dan teknis penyampaian digital Porter. Analisis terhadap enam video sampel membuktikan bahwa kredibilitas (*ethos*) tidak akan berdampak luas tanpa adanya strategi distribusi yang tepat, empati (*pathos*) tidak akan bermakna tanpa interaksi partisipatif, dan logika kebijakan (*logos*) akan sulit diterima tanpa adanya aksesibilitas bahasa yang egaliter. Model ini mendefinisikan ulang standar transparansi pemerintahan, yang dimana pemimpin tidak lagi hanya dilaporkan dalam bentuk dokumen resmi, tetapi diuji dan disaksikan secara langsung oleh jutaan audiens di platform media sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa kedepannya efektivitas politik akan sangat bergantung pada kemampuan aktor dalam menguasai retorika yang bekerja sejalan dengan algoritma platform.

Pertarungan Narasi Diruang Siber: Populisme Moral Dan Etika Kepemimpinan

Meskipun pilar *ethos* dan *logos* ada secara konsisten, yang menjadi faktor keterlibatan publik (*engagement*) pada akun @kangededimulyadichannel berpusat pada pemanfaatan pilar *pathos* (imbauan emosional). Teknik wawancara mendalam dilakukan untuk menggali penderitaan rakyat kecil seperti kasus pekerja yang mengalami kecelakaan kerja tanpa jaminan kesehatan atau kaum marginal menciptakan narasi pembebasan emosional yang kuat. Analisis kritis komunikasi politik membahas pendekatan ini tidak dapat dilepaskan dari artikulasi populisme digital yang bertumpu pada kontestasi di ruang virtual (Adam & Setiadarma, 2026).

Temuan ini memperluas diskursus mengenai landasan moral dalam komunikasi populis (*moral foundations of populist communication*). Seperti yang dikatakan (Wickenkamp et al., 2025) bahwa aktor politik populis di media sosial lebih cenderung membangun profil moral-retoris yang khas (*distinct moral-rhetorical profile*). Menyederhanakan masalah sistemik menjadi oposisi biner antara rakyat kecil yang tertindas dengan sistem birokrasi yang kaku dan tidak peduli. Dedi Mulyadi memposisikan dirinya di tengah oposisi biner dengan bertindak sebagai figur pembebas (*savior*) yang berpihak pada rakyat dengan memotong jalur birokrasi konvensional. Sentimen empati yang dieksplorasi tidak hanya menjadi pesan persuasif biasa, tetapi instrumen

pembentuk *affective publics*. Khayalak digital yang berkaitan secara emosional dan secara sukarela mendistribusikan konten pemimpin tersebut melalui fitur *share, like*, dan komentar.

Pemanfaatan pilar *distribution* dan *interaction* (Porter, 2009) memperlihatkan bahwa platform YouTube telah berubah menjadi medan pertempuran digital (*digital battleground*) dan arena kontestasi politik yang dinamis. Hal ini sangat relevan dengan temuan (Karataş & Bek, 2024) yang menunjukkan bahwa media sosial kontemporer berfungsi sebagai *arena of political contestation* di mana batas antara kewenangan otoritas negara, aktor politik, dan partisipasi audiens menjadi cair. Dalam YouTube @kangededimulyadichannel arena ini digunakan untuk membuktikan responsivitas kepemimpinan secara riil. Penggunaan gaya pengambilan gambar dokumenter mentah (*cinema verité*) dan interaksi dua arah di kolom komentar memberikan impresi transparansi tanpa filter. Pengambilan gambar secara dokumenter atau mentah ini berfungsi sebagai alat legitimasi politik di hadapan warganet.

Integrasi antara kontestasi politik dan kerangka *digital delivery* (Porter, 2009) khususnya pada dimensi *economy* atau *policy* praktik ini berhadapan pada dilema etika kepemimpinan digital (*digital ethics*). Pada satu sisi, penayangan proses perumusan solusi secara langsung di depan kamera memenuhi standar keterbukaan informasi kebijakan publik. Penggunaan argumen logis (*logos*) yang menghubungkan penataan fasilitas publik dengan ekonomi jangka panjang memperlihatkan hadirnya wacana prediktif multimodal (*multimodal predictive discourse*) yang rasional bagi audiens (Amit-Danhi et al., 2024).

Di satu sisi yang lain, praktik dalam mempublikasikan kemandirian warga miskin atau memberikan bantuan tunai di depan kamera mengundang persoalan etis yang mendalam. Sebagaimana yang dikatakan (Kamal et al., 2025) dalam tinjauan etika kepemimpinan digital, transformasi teknologi membawa tantangan baru terkait privasi data. Ketimpangan relasi kuasa (*digital inequality*), dan komersialisasi penderitaan demi keuntungan algoritma platform. Ketika krisis kemanusiaan rakyat kecil dikemas menjadi konten yang menghasilkan monetisasi serta akumulasi *attention economy*. Pada Akun pribadi pejabat publik, muncul risiko terdegradasinya fungsi tata kelola pemerintahan menjadi sekadar performans atau

tontonan politik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dedi Mulyadi berhasil melakukan transformasi komunikasi politik dari birokrasi formal menuju gaya kepemimpinan digital yang responsif. Dedi Mulyadi menggunakan retorika klasik Aristoteles dan *Digital Delivery* James E. Porter dengan membangun kredibilitas (*ethos*) dengan bentuk kinerja lapangan yang autentik, menyentuh empati publik (*pathos*) melalui narasi kemanusiaan yang emosional, dan memberikan legitimasi kebijakan melalui penalaran logis (*logos*) yang sederhana. Strategi ini mengonversi aksi sidak menjadi aksi digital yang masif, menghilangkan sekat antara pemimpin dan rakyat. Efektivitas kepemimpinan digital tidak hanya diukur dari sejauh mana seorang aktor dapat menguasai retorika algoritmik dan memenangkan kontestasi opini publik. Efektivitas juga diukur dari sejauh mana ia dapat menjaga komitmen etis terhadap martabat warga negara serta keberlanjutan institusi birokrasi yang akuntabel. Kelebihan penelitian ini terletak pada penggabungan dua kerangka teori klasik dan digital yang dapat menganalisis fenomena kepemimpinan secara multidimensi, baik dari sisi konten maupun teknis algoritma. Tetapi penelitian ini kurang fokus yang masih terbatas pada satu platform YouTube, sehingga belum menangkap perbandingan perilaku audiens dan efektivitas retorika pada platform dengan karakteristik algoritma berbeda seperti TikTok atau Instagram. Pengembangan penelitian ke depannya perlu dilakukan melalui studi komparatif dengan tokoh politik lain untuk melihat variasi gaya kepemimpinan digital. Selain itu, penggunaan metode *Social Network Analysis* (SNA) disarankan untuk memetakan penyebaran narasi dan pengaruh sentimen audiens secara lebih kuantitatif dalam mendukung stabilitas legitimasi politik di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Alfonzo, P. (2021). A topology of Twitter tactics : Tracing the rhetorical dimensions and digital labor of networked publics. *Social Media + Society*, 1–21. <https://doi.org/10.1177/20563051211025514>
- Amit-Danhi, E. R., Pentzold, C., & Krämer, N. M. (2024). A holistic framework for the analysis of

- predictive rhetoric in digital visualizations. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 30(2), 768–789.
<https://doi.org/10.1177/13548565241247408>
- Andriani, R. D. (2021). Strategi pemimpin dalam digital leadership di era disrupsi digital. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 11(1), 58–72.
<https://doi.org/0.30829/al-irsyad.v11i1.9333>
- Arsyad, A., Dzaljad, R. G., Nurmianani, M., & Rantona, S. (2024). Media sosial sebagai agen transformasi politik : Analisis pengaruh terhadap proses komunikasi politik. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 240–251.
<https://doi.org/10.54066/jupendis.v2i2.1593>
- Dhia, R. N., Pramesthi, J. A., & Irwansyah. (2021). Analisis retorika Aristoteles pada kajian ilmiah media media sosial dalam mempersuasi publik. *Linimasa Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.23969/linimasa.v4i1.3530>
- Fairuzzabad, A. M., & Suranto. (2022). Analisis fungsi media pada konten YouTube channel Nadia Omara. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 05(01), 8.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21831/lektur.v5i1.19136>
- İlgün-Kamanlı, A., & Balcıoğlu, Y. S. (2025). Decoding leadership through personality: A content analysis of Donald Trump ' s and Elon Musk ' s Tweets. *Sage Open*, 5, 1–22.
<https://doi.org/10.1177/21582440251380087>
- Irfan, B., Djabbari, M. H., Herianto, D., Yanto, E., & Faisal, A. F. (2024). Kepemimpinan digital : Pengaruh dalam mendorong adopsi kebijakan digital di sektor publik. *Jurnal Perkembangan Kajian Sosial (PERKASA)*, 1(2), 111–118.
<https://doi.org/https://doi.org/10.69616/perkasa.v1i2.37>
- Kamal, M. B., Hossain, B., Islam, J., Alam, I. K., Sayed, N. I., Assiri, M. A., & Mia, R. (2025). Digital ethics: A review of leadership theories, challenges, and responsibilities. *Sage Open*, December, 1–17.
<https://doi.org/10.1177/21582440251386901>
- Karataş, D., & Bek, M. G. (2024). Digital battlegrounds : The interplay of social media , state power , and influencers in Türkiye ' s earthquake response. *Social Media + Society*, 1–12.
<https://doi.org/10.1177/20563051241269305>
- Marzuki, Hadad, A., & Ratulangi, D. (2025). Retorika dan teknik debat politik. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(4), 560–574.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jmia.v2i4.5689>
- Nazila, M. F., Daud, R. F., & Fatchuriza, M. (2025). Media sosial sebagai alat komunikasi politik dalam membentuk citra terhadap calon presiden. *Jejakdigital Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 499–505.
<https://doi.org/10.63822/rg3d0m84>
- Nur, N., Fauzi, A., & Setiawan, B. (2022). Pemanfaatan Youtube Bantul TV sebagai media penyebaran informasi pemerintah kabupaten Bantul. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 389–400.
<https://doi.org/10.21831/lektur.v5i4.22316>
- Paramita, S., & Irena, L. (2020). Retorika digital dan social network analysis generasi milenial Tionghoa melalui YouTube. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 137–156.
<https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.7558>
- Peng, B. (2022). Digital leadership : State governance in the era of digital technology. *Cultures of Science*, 5(4), 210–225.
<https://doi.org/10.1177/2096608321989835>
- Permana, I., Gunardi, I., Pratomo, B. T., Arifin, M. Z., & Kurnianto, I. (2023). Manajemen kepemimpinan era digital : Konsep , gaya dan pengembangan kepemimpinan pada generasi milenial dan z. *Bullet: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 673–680.
<https://www.neliti.com/publications/592210/manajemen-kepemimpinan-era-digital-konsep-gaya-dan-pengembangan-kepemimpinan-pada>
- Porter, J. E. (2009). Recovering delivery for digital rhetoric. *Computer and Composition*, 26, 207–224.
<https://doi.org/10.1016/j.compcom.2009.09.004>
- Putra, P. M., Siregar, H. Y. E., & Irwansyah. (2025). Teori retorika dari klasik ke algoritma : Kajian literatur tentang retorika dan kecerdasan artifisial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 157–171.
<https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7683/6631>
- Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration*, 1(2), 77–84.
<https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Rahman, R. N., Agustinova, D. A., Surya, A. A., & Anugerah, S. R. P. (2025). Dampak teknologi digital terhadap kepemimpinan nasional: Peluang dan tantangan. *Jurnal Kepemimpinan & Pengurusan Sekolah*, 10(3), 814–829.
<https://doi.org/https://doi.org/10.34125/jkps.v10i3.695>
- Sangaji, M. salman J., & Irianto, J. (2025). Transformasi inovasi pelayanan publik menuju pemerintahan digital. *Jejaring Administrasi Publik*, 17(c), 54–70.
<https://doi.org/10.20473/jap.v17i1.72708>
- Saputra, R. A. V. W. (2024). *Retorika: Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital*. Wawasan Ilmu.
- Wickenkamp, A., Hopp, F. R., Hameleers, M., & Bos, L. (2025). The moral foundations of populist communication : A semantic network analysis of political parties ' social media discourse in a multiparty system. *Social Media + Society*, 1–17.
<https://doi.org/10.1177/20563051251357271>