



POPULISME DIGITAL: BRANDING POLITIK GUBERNUR DEDI MULYADI DALAM MEMBANGUN CITRA HUMANIS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @dedimulyadi71

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik

Nama : Najwa Putri Batrisyia

NIM : 2210413044



**PROGRAM STUDI ILMU
POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**



**POPULISME DIGITAL: BRANDING POLITIK GUBERNUR
DEDI MULYADI DALAM MEMBANGUN CITRA HUMANIS
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @dedimulyadi71**

SKRIPSI

**DISUSUN OLEH:
NAJWA PUTRI BATRISYIA
2210413044**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA
TAHUN 2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Najwa Putri Batrisyia

NIM : 2210413044

Program Studi : Ilmu Politik

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 Juni 2026

Yang menyatakan,



(Najwa Putri Batrisyia)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Najwa Putri Batrisyia
NIM : 2210413044
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

POPULISME DIGITAL: BRANDING POLITIK GUBERNUR DEDI MULYADI DALAM MEMBANGUN CITRA HUMANIS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @DEDIMULYADI71

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 23 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Najwa Putri Batrisyia)

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Najwa Putri Batrisyia
NIM : 2210413044
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik
JUDUL : Populisme Digital: Strategi Branding Politik Gubernur Dedi Mulyadi dalam Membangun Citra Humanis di Media Sosial Instagram @dedimulyadi71

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Danis Tri Saputra, S.IP., M.IP.)

Penguji 1

(Dr. Nurdin, S.Pd., M.Si.)

Penguji 2

(Restu Rahmawati, S.Sos., MA.)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik

(Restu Rahmawati, S.Sos., MA.)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 14 Juli 2026

**POPULISME DIGITAL: BRANDING POLITIK GUBERNUR DEDI
MULYADI DALAM MEMBANGUN CITRA HUMANIS DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @dedimulyadi71**

NAJWA PUTRI BATRISYIA

ABSTRAK

Transformasi komunikasi politik di era digital mendorong aktor politik memanfaatkan Instagram untuk membangun citra humanis lewat pendekatan populis, seperti terlihat pada Gubernur Jawa Barat Dedi Mulyadi yang meraih 5,7 juta pengikut di @dedimulyadi71 dengan interaksi tinggi, namun kajian mendalam atas strategi populisme digitalnya belum tersedia. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi branding politik Dedi Mulyadi dalam membangun citra humanis di akun tersebut periode Maret 2025 hingga Juni 2026, menggunakan metode kualitatif netnografi dengan wawancara, observasi partisipatif daring, dokumentasi, dan analisis sentimen berbasis Python. Analisis memadukan tiga dimensi branding politik Pich dan Newman (Policy Brands, Symbolic Political Communication, Personal Political Brands) dengan gagasan populisme sebagai gaya politik Moffitt dan populisme digital Gerbaudo. Hasil menunjukkan konten kebijakan menjangkau audiens lebih luas dari segi tayangan, sedangkan interaksi langsung dengan publik mendominasi keterlibatan berupa suka. Dapat disimpulkan branding politik Dedi Mulyadi berhasil membangun citra humanis sebagai pemimpin terbuka, merakyat, dan dekat dengan masyarakat, sekaligus membuktikan Instagram bukan hanya media penyebaran informasi, melainkan instrumen strategis pembangun keterlibatan komunitas digital. Penelitian ini berkontribusi memperkaya kajian komunikasi politik dan populisme digital dalam konteks lokal Indonesia, serta memberi panduan praktis bagi praktisi politik dalam merancang strategi branding autentik sekaligus mendorong masyarakat lebih kritis terhadap konten politik di media sosial.

Kata kunci: Branding Politik, Populisme Digital, Citra Humanis

***DIGITAL POPULISM: GOVERNOR DEDI MULYADI'S POLITICAL
BRANDING IN BUILDING A HUMANISTIC IMAGE ON INSTAGRAM
(@dedimulyadi71)***

NAJWA PUTRI BATRISYIA

ABSTRACT

The transformation of political communication in the digital age has prompted political actors to leverage Instagram to cultivate a humanistic image through populist approaches, as exemplified by West Java Governor Dedi Mulyadi, who has amassed 5.7 million followers on @dedimulyadi71 with high engagement; however, an in-depth analysis of his digital populist strategy is not yet available. This study aims to examine Dedi Mulyadi's political branding strategy in building a humanistic image on that account from March 2025 to June 2026, using the qualitative method of netnography, which involves interviews, online participatory observation, documentation, and Python-based sentiment analysis. The analysis integrates Pich and Newman's three dimensions of political branding (Policy Brands, Symbolic Political Communication, Personal Political Brands) with Moffitt's concept of populism as a political style and Gerbaudo's concept of digital populism. The results show that policy content reaches a wider audience in terms of views, while direct interaction with the public dominates engagement in the form of "likes." It can be concluded that Dedi Mulyadi's political branding successfully built a humanistic image as an open, down-to-earth leader who is close to the people, while also proving that Instagram is not merely a medium for disseminating information but a strategic instrument for fostering engagement within the digital community. This study contributes to enriching the field of political communication and digital populism in the local Indonesian context, and provides practical guidance for political practitioners in designing authentic branding strategies while encouraging the public to be more critical of political content on social media.

Keywords: Political Branding, Digital Populism, Humanist Image

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menuntaskan rangkaian skripsi yang berjudul **“Populisme Digital: Branding Politik Gubernur Dedi Mulyadi dalam Membangun Citra Humanis di Media Sosial Instagram @dedimulyadi71”** ini dengan lancar. Adapun penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik Strata-1 pada Program Studi S1 Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam perjalanannya penelitian ini tentunya tidak terlepas dari doa, dukungan moral, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini, penulis akan mempersembahkan ucapan terima kasih, rasa hormat dan syukur kepada;

1. Ibu Restu Rahmawati, S.IP., M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik, yang telah memberikan arahan, kebijakan, serta dukungan selama penulis menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan proposal skripsi ini. Terima kasih atas dedikasi dan perhatian Ibu dalam menciptakan lingkungan akademik yang kondusif bagi mahasiswa untuk berkembang.
2. Bapak Danis Tri Saputra, S.IP., M.IP., selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran dan perhatian telah membimbing sampai dengan titik ini. Terima kasih telah percaya, membantu, dan mendorong penulis untuk terus berkembang setiap proses yang penulis lalui.
3. Diri saya sendiri, Najwa Putri Batrisyia. Untuk versi diriku yang pernah merasa tertinggal, takut tidak selesai tepat waktu, dan ragu apakah mampu melewati semua ini, terima kasih karena tetap bertahan. Skripsi ini akhirnya selesai dan kita berhasil sampai di ujung perjalanan ini. Walaupun sementara, selamat beristirahat.
4. Kedua orang tua, Ayah dan Ibu, terima kasih atas kasih sayang, dukungan, usaha, dan doa yang menyertai penulis dalam tiap proses kehidupan yang penulis jalani. Terima kasih atas kepercayaan pada setiap langkah yang

penulis pilih, tanpa pernah menunjukkan keraguan di dalamnya. Banyak maaf dan terima kasih penulis sampaikan kepada Ayah dan Ibu.

5. AL, selaku orang terkasih penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa yang tiada henti selama proses penyusunan proposal skripsi ini. Kehadiran, pengertian, dan motivasi yang diberikan menjadi salah satu sumber kekuatan penulis untuk terus berproses hingga akhirnya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
6. Sahabat dan rekan seperjuangan pada masa perkuliahan, Adelia Putri Apriani, Azzahra Dinar Pramesti, Sherly Zaneta, Salma Asmarani, Revo Linggar, yang selalu hadir memberikan semangat, bantuan, serta kebersamaan yang berharga selama menjalani proses kuliah hingga penyusunan proposal skripsi ini. Dukungan, tawa, dan cerita yang dibagikan menjadi bagian penting dari perjalanan ini.
7. Sahabat sedari SD penulis, Nisa Bella Mutiara Nugroho, yang selalu menjaga hubungan baik dan memberikan dukungan moral tanpa henti sejak masa kanak-kanak hingga saat ini.
8. Sahabat sedari SMP penulis, Inaya Sabilla Rivai, yang selalu menjaga pertemanan hingga saat ini. Kenangan, dukungan, serta perhatian yang tetap terjaga sampai saat ini.
9. Sahabat sedari SMA penulis, Charnanda Andreaz Sinulingga, Ilham Nurhidayat, Muhammad Luthfi Wibowo, Anang Virgiawan Nurdianto terima kasih atas dukungan, candaan, serta kebersamaan yang selalu membuat perjalanan ini lebih ringan.
10. Rekan kerja penulis, Ibu Hellen, Zahra, dan Hafiz, terima kasih telah meyakinkan dan mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
11. Serta teman-teman dan pihak-pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis karena memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.

Jakarta, 21 Juni 2026

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Najwa' with a stylized flourish extending to the right.

(Najwa Putri Batrisyia)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	12
I.3 Batasan Masalah	13
I.4 Tujuan Penelitian	13
I.5 Manfaat Penelitian	13
I.5.1 Manfaat Akademik	13
I.5.2 Manfaat Praktis	14
I.6 Sistematika Penulisan	14
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 16
II.1 Penelitian Terdahulu	16
II.2 Teori dan Konsep Penelitian	22
II.2.1 Teori <i>Branding</i> Politik	22
II.2.2 Konsep Citra	28
II.2.3 Konsep Populisme	29
II.2.4 Konsep Media Baru	32
II.3 Kerangka Pemikiran	34
 BAB III METODE PENELITIAN	 35
III.1 Objek Penelitian	35
III.2 Jenis Penelitian	37
III.3 Teknik Pengumpulan Data	39

III.3.1 Observasi Partisipasi <i>Online</i>	40
III.3.2 Dokumentasi	40
III.3.3 Wawancara.....	41
III.3.4 <i>Computer-Assisted Qualitative Data Collecting</i>	43
III.4 Sumber Data	44
III.4.1 Data Primer	44
III.4.2 Data Sekunder.....	44
III.5 Teknik Analisis Data	45
III.6 Tabel Rencana Waktu	46
 BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	 48
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
IV.1.1 Profil Dedi Mulyadi.....	48
IV.1.2 Profil Instagram Dedi Mulyadi (@dedimulyadi71)	50
IV.2 Strategi Branding Politik Dedi Mulyadi di Instagram @dedimulyadi71..	53
IV.2.1 <i>Policy Brands</i>	56
IV.2.2 <i>Symbolic Political Communication</i>	76
IV.2.3 <i>Personal Political Brands</i>	92
IV.3 Populisme Digital dalam Branding Politik Dedi Mulyadi di Instagram @dedimulyadi71	101
IV.3.1 Gaya dan Elemen Simbolik Populisme Digital dalam Branding Politik	103
IV.3.2 Pola Narasi dalam Branding Politik	120
IV.4 Pembentukan Citra Humanis Dedi Mulyadi melalui Branding Politik Populis di Instagram @dedimulyadi71	130
IV.4.1 Konstruksi Citra Humanis melalui Strategi Branding Politik	132
IV.4.2 Dinamika Branding Politik dalam Mempertahankan Citra Humanis	143
 BAB V PENUTUP.....	 147
V.1 Kesimpulan.....	147
V.2 Saran	148
V.2.1 Saran Akademis	148
V.2.2 Saran Praktis	148
 DAFTAR PUSTAKA	 150
LAMPIRAN.....	153

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Halaman Utama Akun Instagram Dedi Mulyadi (@dedimulyadi71)	4
Gambar 2 Unggahan dalam akun Instagram Dedi Mulyadi (@dedimulyadi71)	6
Gambar 3 Unggahan dalam Akun Instagram Dedi Mulyadi (@dedimulyadi71) ...	8
Gambar 4 Unggahan dalam Akun Instagram Dedi Mulyadi (@dedimulyadi71) ...	9
Gambar 5 The Political Brand Trinity	23
Gambar 6 The Political Branding Environment.....	26
Gambar 7 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 8 Foto Dedi Mulyadi	49
Gambar 9 Akun Instagram @dedimulyadi71	52
Gambar 10 Unggahan Kebijakan Baru Pajak Kendaraan	57
Gambar 11 Segementasi Sentimen Komentar Unggahan Dedi Mulyadi.....	58
Gambar 12 Unggahan Memergoki Siswa Bolos.....	63
Gambar 13 Segementasi Sentimen Komentar Unggahan Dedi Mulyadi.....	64
Gambar 14 Unggahan Kegiatan Program Pembinaan Karakter Siswa di Barak ..	67
Gambar 15 Unggahan Kegiatan Inspeksi Sekolah.....	70
Gambar 16 Unggahan Kegiatan Inspeksi Pembangunan Trotoar	73
Gambar 17 Unggahan Respon Kritik Pandji Pragiwaksono	78
Gambar 18 Unggahan Respon Kritik dari Pendemo Buruh.....	81
Gambar 19 Segementasi Sentimen Komentar Unggahan Dedi Mulyadi.....	82
Gambar 20 Unggahan Kegiatan Turun Aksi Demonstrasi	86
Gambar 21 Segementasi Sentimen Komentar Unggahan Dedi Mulyadi.....	87
Gambar 22 Unggahan Kegiatan Dialog dengan Massa Aksi.....	90
Gambar 23 Unggahan Berinteraksi dengan Masyarakat.....	93
Gambar 24 Segementasi Sentimen Komentar Unggahan Dedi Mulyadi.....	95
Gambar 25 Unggahan Kegiatan Merayakan Kemenangan Persib	98
Gambar 26 Unggahan Penertiban Bangunan Liar	105
Gambar 27 Unggahan Penanganan Longsor Gunung Kuda	108
Gambar 28 Unggahan Inspeksi Sungai Citarum.....	112
Gambar 29 Segementasi Sentimen Komentar Unggahan Dedi Mulyadi.....	114
Gambar 30 Unggahan Inspeksi Pabrik dengan Pencemaran Udara.....	118
Gambar 31 Unggahan Progres Perbaikan Jalan Parung.....	121
Gambar 32 Unggahan Penertiban Pedagang Liar	124
Gambar 33 Unggahan Kegiatan Pelebaran Sungai Cikeas	128
Gambar 34 Word Cloud Komentar Unggahan Instagram @dedimulyadi71	133
Gambar 35 Komentar Unggahan Instagram @dedimulyadi71.....	133
Gambar 36 Distribusi Topik Unggahan dengan Tingkat Engagement Tertinggi	136
Gambar 37 Top 20 Likes Reels Instagram @dedimulyadi71	137
Gambar 38 Top 20 Views Reels Instagram @dedimulyadi71.....	138
Gambar 39 Gambar 40 Persebaran Jumlah Likes Reels Instagram @dedimulyadi71 Berdasarkan Topik	139
Gambar 41 Persebaran Jumlah Views Reels Instagram @dedimulyadi71 Berdasarkan Topik	140

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Keaktifan dan Engagement akun Instagram @dedimulyadi71	4
Tabel 2 Karakteristik Konten	36
Tabel 3 Daftar Nama Narasumber	43
Tabel 4 Tabel Rencana Waktu	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup.....	153
Lampiran 2. Lembar Persetujuan Sidang Akhir.....	155
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian.....	156
Lampiran 4. Dokumentasi dan Transkrip Wawancara.....	157