

## EFISIENSI MANAJEMEN KOMUNIKASI DIGITAL DEDI MULYADI DALAM PENDEKATAN EMOSIONAL MASYARAKAT DITINJAU DARI PERSPEKTIF SYARIAH

<sup>1</sup>Muhammad Ihsan Ath thariq, <sup>2</sup>Siti Launa Zulfa

<sup>1,2</sup>UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: [1ihsankudus570@gmail.com](mailto:1ihsankudus570@gmail.com)

[2sitilaunazulfa@gmail.com](mailto:2sitilaunazulfa@gmail.com)

### Abstract

This study aims to analyze the digital communication strategy implemented by Dedi Mulyadi in disseminating public messages through social media platforms and evaluate its effectiveness in reducing government advertisement spending, particularly in West Java Province. The research uses a quantitative descriptive approach with secondary data collected from digital platforms such as YouTube and TikTok, supported by data from online news publications and official government sources. The findings show that Dedi Mulyadi's communication strategy characterized by direct interaction, emotional engagement, and the use of simple language effectively reaches millions of people without relying on conventional media advertising. His social media channels recorded over 2.2 billion views on YouTube and more than 750 million views on TikTok, reflecting high engagement and public responsiveness. From a Sharia perspective, this digital communication model aligns with Islamic ethical values such as **shidq** (truthfulness), **amanah** (trust), **qaulan ma'rufa** (kind speech), and **tabayyun** (verification). The content shared demonstrates honesty, transparency, and public responsibility, making it not only cost-efficient but also morally and spiritually accountable. This study concludes that Dedi Mulyadi's communication strategy exemplifies a model of efficient, ethical, and inclusive public communication in the digital era that aligns with both practical governance and Islamic values.

**Keywords:** Digital Communication, Efficiency, Social Media, Islamic Ethics, Public Sector, Dedi Mulyadi.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi dalam menyampaikan pesan-pesan publik melalui platform media sosial serta mengevaluasi efektivitasnya dalam pengurangan anggaran iklan pemerintah daerah, khususnya di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan data sekunder yang diperoleh dari platform digital seperti YouTube dan TikTok, serta didukung data dari publikasi berita daring dan sumber resmi pemerintah. Temuan menunjukkan bahwa strategi komunikasi Dedi Mulyadi—dengan interaksi langsung, pendekatan emosional, dan bahasa yang sederhana—berhasil menjangkau jutaan masyarakat tanpa bergantung pada media iklan konvensional. Akunnya tercatat memiliki lebih dari 2,2 miliar tayangan di YouTube dan lebih dari 750 juta tayangan di TikTok, mencerminkan tingkat engagement yang tinggi dan respon positif dari publik. Dari perspektif syariah, model komunikasi digital ini sejalan dengan nilai-nilai etika Islam seperti **shidq** (kejujuran), **amanah** (dapat dipercaya), **qaulan ma'rufa** (perkataan baik), dan **tabayyun** (verifikasi informasi). Konten yang dibagikan mencerminkan transparansi dan tanggung jawab publik, menjadikannya tidak hanya hemat biaya tetapi juga etis dan bernilai ibadah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi Dedi Mulyadi mencerminkan model komunikasi publik yang efisien, etis, dan inklusif di era digital yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

*Kata Kunci:* Komunikasi Digital, Efisiensi, Media Sosial, Etika Islam, Sektor Publik, Dedi Mulyadi.

## **PENDAHULUAN**

Metode dan media untuk berkomunikasi di zaman dahulu sangatlah terbatas, namun akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi metode dan media berkembang menjadi sangat bervariasi. Metode dan media untuk berkomunikasi lahir dengan gaya baru yang disebabkan kemajuan teknologi informasi ini. Akibatnya, tidak hanya bergantung dengan komunikasi lisan dan tertulis, manusia juga melakukan komunikasi secara online melalui platform komunikasi media sosial. Kini masyarakat telah menggunakan media sosial untuk komunikasi sehari-hari, termasuk digunakan untuk kebutuhan berpolitik oleh politisi dan partai politik (Muzahid Akbar Hayat et al. 2021).

Saat ini pemerintah dan pejabat telah sadar dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehingga mengubah cara menyampaikan pesan kepada masyarakat. Tidak hanya terbatas pada media lama seperti televisi, radio dan surat kabar, pemerintah beralih juga menggunakan media sosial seperti ig, tiktok, dan youtube. Cara ini menjadi sarana yang efektif, cepat, dan murah untuk menjangkau publik sekala besar.

Di era keterbukaan informasi, pejabat publik harus memberikan informasi secara cepat dan jelas. Dalam hal ini, tokoh yang menarik perhatian publik adalah Dedi Mulyadi, Gubernur Jawa Barat periode 2025-2030, yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Konten yang ia bagikan tidak hanya informatif tetapi juga mengandung nilai-nilai pelajaran yang dapat dijangkau oleh jutaan orang tanpa perlu menggunakan anggaran iklan. Selain itu, Dedi Mulyadi dalam menyampaikan pesan seringkali menggunakan bahasa sederhana yang mana penggunaan bahasa ini lebih mudah untuk dipahami oleh masyarakat (Hasmawati 2023).

Dedi Mulyadi dalam menyampaikan pesan-pesan sosial, budaya, dan kebijakan publik seringkali menggunakan platform media sosial seperti youtube dan tiktok. Pendekatan yang berhasil membangun emosional dengan masyarakat ini menimbulkan dampak efisiensi khususnya dalam konteks pengelolaan anggaran iklan pemerintah. Dedi Mulyadi berhasil menggunakan pendekatan komunikasi digital sebagai pengganti iklan pemerintah yang biasanya berbayar ke media massa.

Fenomena yang berupa inovasi efisiensi terbaru ini sangatlah baru. Sebab, biasanya pemerintah seringkali mengalokasikan dana besar untuk melakukan sosialisasi dan promosi jika di Jawa Barat dalam rencana APBD nya diproyeksikan senilai 50 Miliar (Biro Hukum dan Ham 2025). Padahal, seringkali dipertanyakan efektivitasnya terutama jika tidak tepat sasaran atau bahkan tidak memunculkan dampak langsung pada pemahaman dan partisipasi publik. Potensi efisiensi anggaran terbuka lebar ketika komunikasi digital dilakukan dengan biaya rendah namun menjangkau audiens lebih luas.

Indonesia yang dikenal sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim, upaya efisien komunikasi digital pemerintah khususnya pemerintah Jawa Barat yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi sangat tertarik jika ditinjau dari perspektif nilai-nilai syariah. Dalam Islam, tidak hanya menekan biaya, tetapi juga menyangkut prinsip-prinsip keadilan, amanah, dan masalah (Cholik 2013). Oleh karena itu, efisiensi komunikasi digital sangat penting dikaitkan dengan prinsip-prinsip syariah.

Komunikasi pemerintah di era digital mengalami transformasi signifikan seiring meningkatnya penggunaan internet dan media sosial oleh masyarakat. Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik menjadi tonggak awal di mana pemerintah pusat dan daerah didorong untuk mengintegrasikan komunikasi publik melalui media digital. Sejak saat itu, media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram menjadi saluran resmi yang digunakan oleh pemerintah daerah untuk menyampaikan informasi, membangun hubungan dengan masyarakat, serta mendorong partisipasi publik secara aktif dan real-time (Dunan 2020). Media sosial menghadirkan potensi demokratisasi komunikasi antara pemerintah dan warganya, menciptakan ruang dialog dua arah yang terbuka dan partisipatif. Pemerintah tidak lagi menjadi satu-satunya produsen informasi, melainkan turut menjadi fasilitator percakapan publik. Hal ini mendorong lahirnya model *Government Public Relations* (GPR) yang lebih interaktif dan adaptif terhadap dinamika digital.

Namun, efektivitas komunikasi digital pemerintah sangat bergantung pada konsistensi, integrasi antar level pemerintahan, dan kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola media sosial secara profesional. Dunan (Dunan 2020) menunjukkan bahwa meskipun pemanfaatan media sosial sudah meluas, masih terdapat kendala pada koordinasi pusat-daerah serta kurangnya strategi konten yang menarik perhatian publik, terutama di daerah terpencil. Dengan memanfaatkan media digital, pemerintah memiliki peluang untuk melakukan komunikasi yang lebih efisien dan hemat biaya. Selain mengurangi ketergantungan pada iklan konvensional yang berbiaya tinggi, pendekatan ini juga dapat meningkatkan transparansi dan keterlibatan masyarakat dalam kebijakan publik, selama dikelola dengan pendekatan profesional dan etis.

Dalam perspektif syariah, efisiensi dalam komunikasi digital tidak hanya ditinjau dari aspek teknis seperti biaya rendah dan jangkauan luas, tetapi juga dari sejauh mana proses komunikasi tersebut mencerminkan nilai-nilai etika Islam. Prinsip utama dalam komunikasi Islami adalah kejujuran (*shidq*), amanah (dapat dipercaya), perkataan yang baik (*qaulan ma'rufa*), dan verifikasi informasi (*tabayyun*). Kejujuran menjadi fondasi utama, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Ahzab ayat 70 yang memerintahkan untuk selalu berkata benar. Dalam konteks komunikasi digital, prinsip ini sangat krusial karena mudahnya penyebaran informasi yang belum tentu valid, yang jika disampaikan tanpa kehati-hatian, dapat menimbulkan fitnah dan kerusakan sosial. Prinsip amanah mengharuskan setiap Muslim bertanggung jawab atas informasi yang dibagikan, memastikan bahwa informasi tersebut tidak menyesatkan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam (Naufal 2024). Oleh karena itu, efisiensi dalam komunikasi digital menurut syariah tidak cukup hanya dilihat dari rendahnya biaya, melainkan juga harus mengandung tanggung jawab moral dan keadaban dalam isi pesan serta niat pengirimnya.

Selanjutnya, prinsip **qaulan ma'rufa** dan **tabayyun** menjadi penguat dalam membentuk komunikasi digital yang efisien secara syariah. *Qaulan ma'rufa*, yaitu perkataan yang baik, mengajarkan bahwa komunikasi harus disampaikan dengan penuh hikmah, sopan, dan mendatangkan kebaikan, sebagaimana tercantum dalam QS. Al-Isra': 53. Dalam praktik digital, ini berarti menolak ujaran kebencian, fitnah, dan komentar destruktif yang kerap muncul di ruang publik daring. Sementara itu, *tabayyun* mengajarkan pentingnya verifikasi informasi sebelum disebarluaskan, sebagaimana diperintahkan dalam QS. Al-Hujurat: 6. Ketika seorang tokoh publik menggunakan media digital untuk menyampaikan informasi kebijakan atau

pelayanan, praktik tabayyun sangat penting untuk mencegah penyebaran informasi yang keliru. Dalam kerangka efisiensi syariah, komunikasi digital yang dilakukan secara benar, bertanggung jawab, dan memberi maslahat kepada masyarakat adalah bentuk pengelolaan sumber daya yang tepat dan bernilai ibadah. Oleh karena itu, efisiensi tidak semata diukur dari besaran anggaran yang ditekan, tetapi juga dari keberkahan dan manfaat yang ditimbulkan bagi umat (Naufal 2024). Dengan menerapkan nilai-nilai ini, komunikasi digital dapat menjadi sarana yang efektif, efisien, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam membangun masyarakat Muslim yang beretika.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi dalam menyampaikan pesan-pesan publik melalui media sosial serta mengevaluasi efektivitasnya dalam pengelolaan anggaran iklan pemerintah daerah, khususnya di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk menilai sejauh mana pendekatan komunikasi digital tersebut mencerminkan prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran (shidq), amanah, qaulan ma'rufa, dan tabayyun, yang merupakan landasan etika dalam komunikasi Islami. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bentuk efisiensi komunikasi digital yang tidak hanya hemat anggaran, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai etis Islam yang mendukung transparansi, tanggung jawab, dan kemaslahatan publik dalam tata kelola pemerintahan.

## **METODELOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis efisiensi komunikasi digital yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi dalam menyampaikan pesan-pesan publik melalui media sosial serta menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip nilai syariah. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi konten digital Dedi Mulyadi di platform seperti YouTube, TikTok, statistik keterlibatan media sosial (jumlah tayangan, komentar, likes, dan engagement rate), publikasi berita daring, serta referensi resmi terkait komunikasi publik pemerintah. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis kuantitatif terhadap jangkauan dan respons publik terhadap konten digital sebagai indikator efektivitas komunikasi, serta analisis deskriptif untuk mengukur efisiensi komunikasi berbasis dampak, bukan nominal anggaran. Penelitian ini juga memetakan nilai-nilai syariah seperti kejujuran (shidq), amanah, qaulan ma'rufa, dan tabayyun pada bentuk dan isi komunikasi digital Dedi Mulyadi menggunakan indikator yang dirumuskan dari literatur komunikasi Islami dan ekonomi syariah. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat menggambarkan sejauh mana komunikasi digital yang dilakukan mencerminkan efisiensi dalam bentuk penyampaian pesan yang efektif, luas jangkauannya dan sesuai dengan etika syariah dalam tata kelola komunikasi publik.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Sistem komunikasi berkembang dipengaruhi sistem sosial yang terdapat pada masing-masing negara (Wiryaningrum, Natasha, and Kurniawan 2022). Indonesia sendiri komunikasi khususnya terbentuk karena keragaman etnis, adat, perbedaan desa-kota, dan yang paling utama adalah sistem politik yang diterapkan pada masyarakatnya. Secara geografis, sistem komunikasi di

Indonesia terbagi menjadi dua yaitu sistem komunikasi pedesaan dan sistem komunikasi perkotaan.

Mengikuti perkembangan zaman, sistem tatanan sosial dan politik di Indonesia termasuk sistem komunikasi, banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Saat ini sistem komunikasi yang muncul sangat terbuka dimana setiap orang dapat mengakses media dan menyampaikan pandangan secara bebas baik politik, sosial ataupun budaya tanpa adanya batasan (Wiryaningrum, Natasha, and Kurniawan 2022). Platform media seperti youtube, instagram, dan tiktok sering kali digunakan masyarakat dalam menyampaikan pandangan mereka. Diambil dari data yang dilansir oleh *GoodStats* (GoodStats 2024) bahwa di Indonesia terdapat 106,5 juta pengguna tiktok yang menjadikan Indonesia sebagai negara terbesar pemakai tiktok kedua di dunia. Sedangkan youtube total pengguna sebesar 2,53 miliar skala dunia dan dimana Indonesia memiliki 143 juta pengguna youtube (GoodStats 2025).

Dedi Mulyadi yang sekarang menjabat sebagai gubernur Jawa Barat menyadari akan peluang masyarakat dalam menggunakan media sosial. Peluang ini digunakan oleh beliau dengan membuat video-video edukasi baik terkait sosialisasi pemerintahan maupun video sosial masyarakat. Hal ini dibuktikan dilansir dari website *Noxinfluencers* (Noxinfluencer 2025) bahwa followers dari channel Dedi Mulyadi sebesar 7,650 juta dengan 2,2 Miliar Views. Bahkan tingkat *engagement* atau tingkat respon audiens terhadap konten yang dibagikan berada di angka 5,71 ribu. Ini lebih besar jika dibandingkan *engagement* yang dimiliki oleh humas Jabar yang hanya menyentuh di angka 28. Jika dilihat dari akun tiktok yang dimiliki Dedi Mulyadi melalui website *exolyt* menunjukkan bahwa total views yang dimiliki berada di angka 751,1 juta dengan total *engagement* 171,4 juta, *likes* 170,1 juta dan total komen sebanyak 718 ribu (exolyt 2025).

Pendekatan yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi ini banyak mendapatkan respon positif oleh masyarakat. Dalam video yang sering diunggah dengan bermacam ragam seperti program pemerintah, apresiasi terhadap klub favorit, konten sosial membuat masyarakat merasa lebih dekat dan puas dengan Kang Dedi. Hal ini dibuktikan dengan kepuasan atas kinerja gubernur Jawa Barat yang dijabati oleh Dedi Mulyadi menyentuh pada 94,7% terhadap 600 responden jika dilansir dari Indikator Politik Indonesia (Jawa 2025). Kepuasan ini tentunya disebabkan juga dengan terbukanya informasi yang dilakukan Dedi Mulyadi di tiktok dan youtube.

### **Strategi Komunikasi Dedi Mulyadi**

Gaya komunikasi Gubernur Dedi Mulyadi yang khas, kedekatannya dengan rakyat melalui akun media sosial pribadi, dan pendekatan kepemimpinan yang terkesan lugas membuatnya menonjol. Dedi Mulyadi kerap tampil dalam video-video yang menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat kecil dengan turun langsung. Menurut Dr. Kristian Widya Wicaksono dari Universitas Katolik Parahyangan, gaya kepemimpinan Dedi cenderung otoriter. Hal ini tampak dari cara ia mengambil keputusan cepat tanpa banyak melibatkan bawahannya. Satu aspek menarik dari kepemimpinan Dedi Mulyadi adalah penggunaan kearifan lokal dalam membangun komunikasi. Konsep "Silih Asah, Silih Asih, Silih Asuh" yang diangkatnya selama menjabat sebagai Bupati Purwakarta mencerminkan nilai-nilai budaya Sunda dalam tata kelola birokrasi (Nanang A.H 2025).

Contoh nyata penerapan strategi komunikasi ini meliputi pemanfaatan video singkat di platform media sosial untuk memperkenalkan program-program pembangunan, pemilihan bahasa yang sederhana dan kadang-kadang memiliki sentuhan humor dalam presentasi publik,

serta kunjungan langsung ke daerah-daerah untuk berinteraksi dengan warga dan menjelaskan program-program tersebut. Langkah ini kerap dilakukan guna menjalin hubungan pribadi dengan masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan oleh Gubernur Dedi Mulyadi biasanya berfokus pada pengembangan daerah, kesejahteraan warga, dan image kepemimpinan. Beliau sering kali menekankan program-program utama seperti perbaikan infrastruktur dan pemberdayaan ekonomi bagi masyarakat. Selain itu, terdapat juga pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan kebijakan publik serta isu-isu sosial yang sedang banyak dibahas (Daffa Reporter 2025).

#### **Relevansi strategi komunikasi Dedi Mulyadi dengan Nilai-Nilai Syariah**

Prinsip utama dalam komunikasi Islami adalah kejujuran (shidq), amanah (dapat dipercaya), perkataan yang baik (qaulan ma'rufa), dan verifikasi informasi (tabayyun).

Kejujuran, Dedi Mulyadi dalam menyampaikan pesan dan informasi melalui konten media sosial dengan jujur dan tidak menipu, Ia terkenal proaktif dalam menyamakan aktivitas dan program pemerintah dengan jelas melalui platform media sosial. Amanah (dapat dipercaya), dalam praktiknya ia sering terjun langsung berinteraksi dengan masyarakat. Prinsip qaulan ma'rufa (perkataan yang baik), gaya bahasa Gubernur Dedi Mulyadi yang lugas dan akrab dengan menggunakan bahasa lokal yang mudah dipahami masyarakat. Walaupun tidak terdapat informasi jelas tentang cara Dedi Mulyadi memverifikasi informasi, metode komunikasinya yang jujur dan terbuka serta publikasi dokumentasi aktivitas yang luas memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk melakukan penelusuran atau pemeriksaan ulang atas kebenaran informasi yang disampaikannya (Indonesia 2025).

Secara keseluruhan, komunikasi Dedi Mulyadi telah mencerminkan prinsip-prinsip komunikasi Islami: kejujuran, amanah, dan perkataan yang baik melalui keterbukaan, kredibilitas, dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks budaya. Selain itu, transparansi publikasi kegiatan mendukung aspek verifikasi informasi. Namun, penting untuk berhati-hati agar komunikasi tidak hanya menjadi bentuk pencitraan yang tidak alami sehingga tetap sejalan dengan nilai-nilai Islami.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Dedi Mulyadi sebagai Gubernur Jawa Barat terbukti efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan-pesan publik kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial seperti YouTube dan TikTok memungkinkan jangkauan pesan yang sangat luas tanpa harus mengandalkan anggaran besar untuk iklan konvensional pemerintah. Dengan jumlah views, likes, dan engagement yang sangat tinggi, Dedi Mulyadi berhasil membangun kedekatan emosional dengan masyarakat melalui pendekatan komunikasi yang sederhana, dan humanis.

Dari perspektif syariah, komunikasi digital Dedi Mulyadi mencerminkan nilai-nilai utama dalam komunikasi Islami seperti **kejujuran (shidq)**, **amanah**, **qaulan ma'rufa** (perkataan yang baik), dan **tabayyun** (verifikasi informasi). Gaya komunikasinya yang transparan, jujur, serta menggunakan bahasa lokal yang santun dan mudah dipahami, menunjukkan adanya tanggung jawab moral dalam menyampaikan informasi. Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada efisiensi biaya, tetapi juga membawa maslahat bagi masyarakat dengan memperkuat akuntabilitas dan keterlibatan publik dalam pemerintahan.

Dengan demikian, efisiensi komunikasi digital dalam konteks ini tidak semata-mata dilihat dari penghematan anggaran, melainkan dari keberhasilan dalam menyampaikan pesan secara luas, membangun kepercayaan publik, dan kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah. Model komunikasi digital Dedi Mulyadi dapat dijadikan sebagai rujukan bagi pejabat publik lainnya dalam membangun komunikasi yang efektif, etis, dan bernilai ibadah dalam tata kelola pemerintahan modern.

## REFERENSI

1. Biro Hukum dan Ham. 2025. *ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA DAERAH TAHUN ANGGARAN 2025*.  
[https://jdih.jabarprov.go.id/page/eksekusi\\_download/32/2025pg0320014.pdf](https://jdih.jabarprov.go.id/page/eksekusi_download/32/2025pg0320014.pdf).
2. Cholik, Ahmad Arisatul. 2013. "Teori Efisiensi Dalam Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi Islam* 1(2): 180.
3. Daffa Reporter. 2025. "Strategi Komunikasi Efektif Gubernur Dedi Mulyadi Yang Perlu Dipelajari." *Cerita Pantura*.
4. Dunan, Amri. 2020. "Komunikasi Pemerintah Di Era Digital : Hubungan Masyarakat Dan Demokrasi Government Communications in Digital Era : Public Relation and Democracy." 5(1): 73-82.
5. exolyt. 2025. "KANG DEDI MULYADI."
6. GoodaStats. 2024. "10 Media Sosiak Dengan Pengguna Terbanyak 2024."
7. GoodStats. 2025. "7 Negara Dengan Pengguna Youtube Terbesar." <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-jajaran-pengguna-youtube-terbanyak-di-dunia-2025-7Cvdz>.
8. Hasmawati, Fifi. 2023. "Penggunaan Komunikasi Islami Dalam Kualitas Pelayanan Publik." *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* 7(1): 21.
9. Indonesia, CNN. 2025. "Gubernur 'Konten' Dedi Mulyadi Dan Jebakan Komunikasi Artifisial." *CNN Indonesia*.
10. Jawa, Gubernur-gubernur D I. 2025. "Evaluasi Publik Atas Kinerja 100 Hari Gubernur-

- Gubernur Di Jawa." (8): 12–19.
11. Muzahid Akbar Hayat, Sjaiful Jayadiningrat, Gunawan Wibisono, and Muhammad Iwu Iyansyah. 2021. "Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2(1): 104–14.
  12. Nanang A.H. 2025. "Analisis Pakar Gaya Kepemimpinan Dedi Mulyadi: Pencitraan Atau Komunikasi Efektif?" *Kompasiana*.
  13. Naufal, Mochammad. 2024. "PERAN KOMUNIKASI ISLAMIS DALAM MEMBANGUN ETIKA DAN MORAL MASYAAKAT MUSLIM DI ERA DIGITAL." 6: 79–90.
  14. Noxinfluencer. 2025. "KANG DEDI MULYADI CHANNEL."
  15. Wiryany, Detya, Selina Natasha, and Rio Kurniawan. 2022. "Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia." *Jurnal Nomosleca* 8(2): 242–52.