

ABSTRAK

Berdasarkan data penelitian sebanyak 50 anggota DPRD Kabupaten Tasikmalaya hampir dipastikan akan mencalonkan diri kembali pada pemilu legislatif tahun 2024. Pencalonan kembali anggota DPRD kabupaten Tasikmalaya pada pemilu 2024 tidak lepas dari komunikasi politik. Hal tersebut berdampak pada strategi komunikasi politik yang digunakan oleh anggota DPRD Kabupaten Tasikmalaya menjelang pemilu legislatif tahun 2024.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi komunikasi politik anggota DPRD Kabupaten Tasikmalaya menjelang pemilu legislatif 2024. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif studi kasus dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi partisipan. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*.

Terdapat dua strategi komunikasi politik yang digunakan oleh anggota DPRD Kabupaten Tasikmalaya. Strategi pertama adalah strategi komunikasi politik internal yang meliputi lobi-lobi politik untuk mendapatkan nomor urut “cantik” dan memperoleh posisi atau jabatan strategis. Strategi kedua adalah strategi komunikasi politik eksternal yang meliputi kampanye politik dan strategi *public relations* untuk mendapatkan dukungan politik dari masyarakat.

Kebaruan dalam penelitian ini adalah dilakukan dengan observasi partisipan, peneliti terlibat langsung dalam proses pemilu legislatif tahun 2024 di Kabupaten Tasikmalaya. Studi kasus dalam penelitian ini menganalisis proses rekonstruksi awal anggota DPRD sebagai calon petahana ketika mencalonkan kembali dirinya pada pemilu legislatif tahun 2024.

Kata Kunci : Komunikasi Politik, DPRD Kabupaten Tasikmalaya, Pemilu Legislatif 2024

ABSTRACT

Based on research as many as 50 members of the Tasikmalaya Regency DPRD are almost certain to run again in the 2024 legislative election. The re-nomination of members of the Tasikmalaya district parliament in the 2024 election cannot be separated from political communication. This has an impact on the political communication strategy used by members of the Tasikmalaya Regency DPRD ahead of the 2024 legislative elections.

The purpose of this study is to analyze the political communication strategy of Tasikmalaya Regency DPRD members ahead of the 2024 legislative elections. This research uses a type of qualitative research case study with data collection techniques using interviews and participant observation. The selection of informants are carried out by purposive sampling techniques.

There are two political communication strategies used by members of the Tasikmalaya Regency DPRD. The first strategy is an internal political communication strategy which includes political lobbies to get a "pretty" sequence number and obtain strategic positions. The second strategy is an external political communication strategy which includes political campaigns and public relations strategies to get political support from the public.

The novelty in this study is that by observing participants, researchers are directly involved in the process of the 2024 legislative election in Tasikmalaya Regency. The case study in this study analyzes the initial reconstruction process of DPRD members as incumbent candidates when running for re-election in 2024.

Keywords: Political Communication, Tasikmalaya Regency DPRD, 2024 Legislative Election