

ABSTRAK

Pilkada Kota Tasikmalaya 2024 menandai kemenangan pasangan calon muda Viman Alfarizi Ramadhan dan Dicky Chandra, yang berhasil mengungguli empat kandidat senior yang telah lama berkecimpung di dunia politik lokal. Fenomena ini menarik karena terjadi di tengah dominasi politik yang biasanya dikuasai oleh tokoh-tokoh berpengalaman. Kemenangan Viman-Dicky tidak terlepas dari strategi politik yang dirancang secara sistematis berdasarkan pemetaan sosial politik, pemahaman terhadap karakteristik pemilih milenial dan Gen Z. Teori utama yang digunakan adalah strategi politik Peter Schroder, meliputi strategi ofensif (perluasan basis pemilih baru) dan defensif (mempertahankan pemilih lama), dipadukan dengan konsep pembentukan citra politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi strategi ofensif dan defensif yang dilakukan oleh Viman-Dicky cukup efektif dalam kemenangan pasangan ini. Strategi ofensif meliputi kampanye digital berbasis media sosial, keberhasilan Viman-Dicky didorong oleh komunikasi langsung yang menyentuh aspirasi masyarakat. Mereka mampu membangun kedekatan emosional melalui kampanye langsung ke masyarakat, dan kolaborasi dengan tokoh lokal untuk menjangkau pemilih baru. Sementara strategi defensif mencakup pembentukan citra "muda berpengalaman", pemanfaatan jaringan internal juga dilakukan secara maksimal dan optimalisasi modal sosial, politik, dan teknologi dalam konteks lokal. Selain itu, kekuatan internal tim yang solid, struktur relawan yang terorganisasi, serta kecepatan dalam merespons isu-isu lokal menjadi faktor kunci dalam mengonsolidasikan suara pemilih.

Kata kunci: Strategi politik, Pilkada, Ofensif-Defensif

ABSTRACT

The 2024 Regional Election (Pilkada) of Tasikmalaya City marked the victory of the young candidate pair, Viman Alfarizi Ramadhan and Dicky Chandra, who succeeded in outperforming four senior candidates with longstanding experience in local politics. This phenomenon is notable as it occurred amid a political landscape typically dominated by seasoned figures. The success of Viman-Dicky cannot be separated from a systematically designed political strategy based on socio-political mapping and an in-depth understanding of the characteristics of millennial and Gen Z voters. The primary theoretical framework employed in this study is Peter Schroder's political strategy theory, which includes offensive strategies (expanding the base of new voters) and defensive strategies (retaining existing voters), combined with the concept of political image formation. This research adopts a descriptive qualitative approach using a case study method. The findings indicate that the combination of offensive and defensive strategies implemented by Viman-Dicky was highly effective in securing their victory. The offensive strategies included social media-based digital campaigns, with their success driven by direct communication that resonated with the public's aspirations. They managed to foster emotional closeness through face-to-face campaigns and collaborated with local figures to reach new voter segments. Meanwhile, the defensive strategies focused on building the "young but experienced" image, maximizing internal networks, and optimizing social, political, and technological capital within the local context. Additionally, a solid internal team, well-organized volunteer structures, and swift responses to local issues were key factors in consolidating voter support.

Keywords: *Political strategy, Regional election, Offensive-Defensive*