

## **ABSTRAK**

Dalam penelitian ini, mempelajari mengenai strategi komunikasi politik Tjahja Wandawa yang merupakan salah satu anggota legislatif yang terpilih pada pemilihan legislatif pada pemilihan umum 2024. Penelitian ini dilakukan sebagai respon terhadap kebutuhan untuk memahami bagaimana para calon legislatif, khususnya Tjahja Wandawa yang merupakan satu satunya anggota legislatif yang berasal dari latar belakang agama non muslim, yang dimana mayoritas penduduk Kota Tasikmalaya beragama muslim, menggunakan berbagai strategi komunikasi untuk mempengaruhi pemilih dan memenangkan suara dalam proses pemilu. Penulis mengkaji bagaimana bentuk komunikasi politik Tjahja Wandawa. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan berfokus pada identifikasi pola, narasi, dan taktik komunikasi yang efektif sesuai dengan dimensi-dimensi teori yang digunakan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Wawancara yang mendalam dilakukan dengan berbagai pihak terkait, termasuk Tjahja Wandawa yang merupakan aktor dalam penelitian ini, tim sukses kampanye, pendukung dan pemilih di Kota Tasikmalaya. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif dan juga melakukan triangulasi sumber untuk melakukan validitas data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membangun komunikasi politiknya, Tjahja Wandawa secara signifikan dibantu oleh beberapa pihak, salah satunya kyai atau tokoh agama. Dukungan ini terjalin karena Tjahja Wandawa secara rutin dan konsisten memberikan bantuan kepada pesantren-pesantren yang ada di Kota Tasikmlaya. Strategi ini memungkinkan Tjahja untuk menembus dan mendapatkan dukungan dari basis pemilih yang mayoritas muslim. Berdasarkan termuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan komunikasi politik dalam konteks masyarakat pluralistic, khususnya di Kota Tasikmalaya, tidak hanya bergantung pada pesan langsung namun juga pada kemampuan kandidat untuk membangun hubungan jangka panjang dalam mendapatkan dukungan dari tokoh-tokoh kunci dikomunitas lokal, meskipun berbeda latarbelakang identitas.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Pemilihan Umum 2024

## **ABSTRACT**

*In this study, we will study the political communication strategy of Tjahja Wandawa, who is one of the legislative members elected in the legislative election in the 2024 general election. This research was conducted in response to the need to understand how legislative candidates, especially Tjahja Wandawa who is the only legislative member who comes from a non-Muslim religious background, where the majority of the population of Tasikmalaya City is Muslim, use various communication strategies to influence voters and win votes in the election process. The author will further examine the form of Tjahja Wandawa's political communication. The data analysis technique used is qualitative descriptive analysis, focusing on identifying patterns, narratives, and effective communication tactics according to the dimensions of the theory used. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. In-depth interviews were conducted with various related parties, including Tjahja Wandawa who is an actor in this study, the campaign success team, supporters and voters in Tasikmalaya City. The data analysis technique uses interactive analysis and also triangulates sources to validate the data. The results of the study show that in building his political communication, Tjahja Wandawa was significantly assisted by several parties, one of which was a kyai or religious figure. This support was established because Tjahja Wandawa routinely and consistently provided assistance to Islamic boarding schools in Tasikmalaya City. This strategy allowed Tjahja to penetrate and gain support from a predominantly Muslim voter base. Based on these findings, it can be concluded that the success of political communication in the context of a pluralistic society, especially in Tasikmalaya City, does not only depend on direct messages but also on the candidate's ability to build long-term relationships in gaining support from key figures in the local community, despite their different identity backgrounds.*

*Keywords: Political communication, General Election 2024.*