

ANALISIS STRATEGI KAMPANYE POLITIK RUHIYAT SUJANA PADA PEMILIHAN LEGISLATIF KABUPATEN BOGOR TAHUN 2024

Amelia Silvana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi kampanye politik yang diterapkan oleh Ruhiyat Sujana dalam meraih suara pada pemilihan legislatif Kabupaten Bogor tahun 2024, dengan menggunakan teori strategi kampanye politik menurut Hafied Cangara (2009) yang melibatkan empat indikator: penetapan komunikator, penentuan target sasaran, penyusunan pesan-pesan kampanye, dan pemilihan media. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dan komparatif, dengan mengandalkan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara dan studi literatur. Penulis mengaplikasikan teknik analisis data oleh Miles dan Huberman, yang meliputi empat tahapan: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan langsung kepada masyarakat dan upaya membangun rasa kebersamaan dengan masyarakat agar tidak ada kesenjangan antara calon legislatif dan calon pemilih, merupakan faktor utama terhadap perolehan suara Ruhiyat Sujana pada pemilihan legislatif di Kabupaten Bogor. Selain itu, Ruhiyat Sujana membuktikan bahwa dengan memiliki modal sosial yang baik seperti aktif di organisasi sosial kemasyarakatan dan keagamaan, efektif dalam menarik simpati dan dukungan masyarakat. Ruhiyat Sujana tampak melanjutkan strategi yang sebelumnya diterapkan pada tahun 2019. Namun, untuk memperluas jangkauan basis pendukungnya, Ruhiyat Sujana menambah jumlah tim pemenangannya pada Pemilu 2024.

Kata Kunci: Strategi Kampanye Politik, Kabupaten Bogor, Pemilihan Legislatif

***ANALYSIS OF RUHIYAT SUJANA'S POLITICAL CAMPAIGN
STRATEGY IN THE 2024 BOGOR DISTRICT LEGISLATIVE
ELECTION***

Amelia Silvana

ABSTRACT

This research aims to understand the political campaign strategy implemented by Ruhiyat Sujana in winning votes in the 2024 Bogor Regency legislative election, using the political campaign strategy theory according to Hafied Cangara (2009) which involves four indicators: determining the communicator, determining the target, preparing the message -campaign messages, and media selection. The method used is descriptive qualitative and comparative, relying on primary and secondary data sources. Data collection techniques include interviews and literature studies. The author applies data analysis techniques by Miles and Huberman, which includes four stages: data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research show that a direct approach to the community and efforts to build a sense of togetherness with the community so that there is no gap between legislative candidates and prospective voters, are the main factors in Ruhiyat Sujana's vote acquisition in the legislative elections in Bogor Regency. Apart from that, Ruhiyat Sujana proves that having good social capital, such as being active in social and religious organizations, is effective in attracting sympathy and support from the community. Ruhiyat Sujana appears to be continuing the strategy previously implemented in 2019. However, to expand the reach of its supporter base, Ruhiyat Sujana is increasing the number of its winning teams in the 2024 elections.

Keywords: *Political Campaign Strategy, Bogor Regency, Legislative Election*