

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam sepuluh tahun terakhir telah mengubah cara orang berkomunikasi dalam politik secara mendasar, menggeser cara berinteraksi dari ruang tradisional ke ekosistem digital yang lebih terbuka, interaktif, dan melibatkan partisipasi lebih banyak orang. Perubahan ini tidak hanya terjadi di tingkat pemerintahan nasional, tetapi juga sudah sampai ke tingkat pemerintahan terbawah, yaitu pemerintahan desa. Penelitian ini melihat bagaimana platform media sosial TikTok digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dalam hal politik oleh Kepala Desa Cikalong, yang berada di Kecamatan Cikalongwetan, Kabupaten Bandung Barat. Dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, pengamatan langsung di ruang digital, serta pengumpulan dokumen. Temuan penelitian disusun sesuai dengan urutan pernyataan masalah yang sudah ditentukan. **Pertama**, mengenai strategi komunikasi politik, hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepala Desa Cikalong menggunakan pendekatan berupa dokumentasi yang alami dan terjadi secara spontan, tanpa mengikuti alat perencanaan yang sudah ditentukan. Strategi ini menggunakan TikTok untuk menampilkan visualisasi tentang kegiatan pemerintahan, layanan yang diberikan kepada masyarakat, dan kegiatan sosial, yang secara bersamaan membentuk gambaran politik, kepribadian, serta posisi Kepala Desa di tengah masyarakat digital. **Kedua**, mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerapan strategi tersebut, temuan di lapangan menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mendukung mencakup perubahan kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi media yang semakin beralih ke arah digital, bantuan dari perangkat desa dalam membuat konten, adanya kegiatan pemerintahan yang nyata sebagai bahan publikasi, serta respons positif dari sebagian besar warga. Di sisi lain, ada faktor-faktor yang menghambat, seperti tidak adanya tim media sosial yang berkomitmen, beban kerja administratif pemerintahan yang terlalu berat sehingga mengurangi waktu untuk membuat konten, perbedaan pandangan masyarakat tentang tujuan dari penerbitan informasi, serta perbedaan akses terhadap teknologi digital yang membuat orang tua tua sulit mendapatkan informasi. **Ketiga**, mengenai dampak strategi komunikasi terhadap citra politik, hasil penelitian menjelaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap hal tersebut beragam. Sebagian orang menganggap konten itu sebagai bentuk transparansi yang nyata dan upaya mengurangi jarak antara pemimpin dengan rakyat, sementara kelompok lainnya menilainya lebih kritis, menganggap aktivitas digital itu sebagai cara publikasi yang selektif dan berisi upaya membangun citra politik..

Kata kunci: strategi komunikasi politik, citra politik, Kepala Desa, Media sosial Tiktok.