

**ANALISIS STRATEGI *PULL POLITICAL MARKETING* PARTAI POLITIK
MENJELANG PEMILIHAN UMUM 2024 (STUDI KASUS AKUN
@GERINDRA PADA MEDIA SOSIAL X)**

Risa Andani

ABSTRAK

Partai Gerindra terbilang stabil dalam soal elektabilitas dan perolehan suara. Citra positif tentunya memainkan peran dalam hal tersebut. Membentuk dan mempertahankan citra positif dapat dilakukan dengan menggunakan komunikasi politik. Salah satu bagian dari komunikasi politik adalah pemasaran politik. Penelitian ini meneliti strategi *pull political marketing* akun @Gerindra di media sosial X menjelang Pemilu 2024 dalam periode waktu 01 Januari 2023 hingga 10 Februari 2024. Pada Pemilu 2024, Partai Gerindra merupakan salah satu Partai Politik yang ikut serta sekaligus partai yang mengusung Ketua Umumnya yaitu Prabowo Subianto sebagai Calon Presiden. Hasil penelitian menemukan bahwa akun @Gerindra menggunakan strategi akomodasi komunikasi, pemasaran media sosial, model interaksi dalam komunikasi, perbaikan imej politik, *personal branding*, dan *celebrity endorsement*. Awalnya, citra positif akun @Gerindra bersifat fluktuasi (naik-turun-naik-turun) namun sejak diumumkannya Gibran Rakabuming Raka sebagai Cawapres Prabowo Subianto, citra positif akun @Gerindra mengalami penurunan yang drastis dan tidak melihat adanya kenaikan yang signifikan hingga periode penelitian selesai.

Kata Kunci: *Pull Political Marketing*, Partai Gerindra, Prabowo Subianto, Media Sosial X, Citra Positif, Analisis Sentimen

**ANALYSIS OF POLITICAL PARTIES' PULL POLITICAL MARKETING
STRATEGY AHEAD OF THE 2024 GENERAL ELECTION (CASE STUDY OF
@GERINDRA ACCOUNT ON SOCIAL MEDIA X)**

Risa Andani

ABSTRACT

Gerindra Party is fairly stable in terms of electability and votes. Positive image certainly plays a role in this. Forming and maintaining a positive image can be done by using political communication. One part of political communication is political marketing. This research examines the pull political marketing strategy of the @Gerindra account on social media X ahead of the 2024 Election in the time period January 1st, 2023 to February 10th, 2024. In the 2024 Election, Gerindra Party is one of the participating political parties as well as the party that carries its General Chairman, Prabowo Subianto as a Presidential Candidate. The results found that the @Gerindra account used communication accommodation strategies, social media marketing, interaction models in communication, political image repair, personal branding, and celebrity endorsement. Initially, the positive image of @Gerindra account was fluctuating (up-down-up-down) but since the announcement of Gibran Rakabuming Raka as Prabowo Subianto's vice president, the positive image of @Gerindra account experienced a drastic decline and did not see a significant increase until the research period was over.

Keywords: *Pull Political Marketing, Gerindra Party, Prabowo Subianto, Social Media X, Positive Image, Sentiment Analysis*