

STRATEGI *POLITICAL BRANDING* PARTAI GERINDRA PADA AKUN TIKTOK @partaigerindra DALAM PEMILU LEGISLATIF 2024

Azahra Nabila

Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas strategi *political branding* Partai Gerindra pada akun TikTok @partaigerindra dalam pemilu legislatif 2024 dan menganalisis efektivitas dari strategi *political branding* dalam meningkatkan elektabilitas partai dengan menggunakan teori Pich dan Newman yaitu *political brands trinity* yang mencakup *Party Brands*, *Party Leader Brands*, *Policy Brand* dan *symbolic communication*. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan Netnografi. Teknik pengambilan data dilakukan melalui wawancara dengan *purposive sampling* dan *Computer-Assisted Qualitative Data Collecting*. Peneliti menggunakan tiga tahapan analisis yaitu, *entrée*, koleksi data, dan analisis interpretasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *political branding* Partai Gerindra dalam menarik suara pemilih berhasil membangun *branding* yang unik dan Partai Gerindra signifikan mengalami transformasi gaya perubahan komunikasi kepada publik. Strategi *branding* Partai Gerindra di TikTok menekankan tentang pentingnya figur pemimpin partai (*party leader brand*) dan mencerminkan sifat emosional dan simbolik, dengan menampilkan konten dan narasi kedekatan dengan rakyat, promosi kebijakan pro -rakyat, dan pencitraan yang kuat terhadap pemimpin partai yaitu Prabowo Subianto. Konten yang dikemas dengan *editing* kekinian, penyampaian yang ringan dan mudah, serta menggunakan musik populer berhasil menarik perhatian pemilih pemula dan generasi Z. Strategi Partai Gerindra di TikTok dinilai dapat berkontribusi dalam persepsi publik dan berdampak pada elektabilitas dan perolehan jumlah suara Partai Gerindra. TikTok menjadi salah satu kunci keberhasilan Partai Gerindra dalam meningkatkan jumlah suara pemilu legislatif dan kemenangan pemimpin Partai menjadi Presiden RI.

Kata Kunci: Political Branding, TikTok, Partai Gerindra.

**THE POLITICAL BRANDING STRATEGY OF THE GERINDRA PARTY ON
THE TIKTOK ACCOUNT @partaigerindra IN THE 2024 LEGISLATIVE
ELECTIONS**

Azahra Nabila

Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

ABSTRACT

This study aims to discuss the Gerindra Party's political branding strategy on TikTok @partaigerindra account in the 2024 legislative election and analyze the effectiveness of the political branding strategy in increasing party electability using Pich and Newman's theory, namely political brands trinity which namely Party Brands, Party Leader Brands, Policy Brand and symbolic communication. The method used is qualitative research with Netnography. The data collection technique was carried out through interviews with purposive sampling and Computer-Assisted Qualitative Data Collecting. The researcher used three stages of analysis, namely, entrée, data collection, and interpretation analysis. The results of the study show that the Gerindra Party's political branding strategy in attracting voter votes has succeeded in building a unique branding and the Gerindra Party has significantly undergone a transformation in the style of changing communication to the public. The Gerindra Party's branding strategy on TikTok emphasizes the importance of the party leader brand and reflects its emotional and symbolic nature, by displaying content and narratives of closeness to the people, promotion of pro-people policies, and a strong image of the party leader, Prabowo Subianto. Content that is packaged with contemporary editing, light and easy delivery, and using popular music has managed to attract the attention of novice voters and generation Z. Gerindra Party's strategy on TikTok is considered to be able to contribute to public perception and have an impact on the electability and the acquisition of the number of votes of the Gerindra Party. TikTok is one of the keys to the Gerindra Party's success in increasing the number of votes in the legislative election and the victory of the Party leader to become the President of the Republic of Indonesia.

Keywords: Political Branding, TikTok, Gerindra Party.

Azahra Nabila, 2025

STRATEGI POLITICAL BRANDING PARTAI GERINDRA PADA AKUN TIKTOK
@PARTAIGERINDRA DALAM PEMILU LEGISLATIF 2024

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Politik
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]