

ABSTRAK

Caca Apriliyano, 1218040008, 2025, Analisis Strategi Komunikasi Politik Prabowo Gibran Dalam Melakukan *Personal Branding* Pada Pilpres 2024 Di Kota Tangerang Selatan

Pencalonan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dalam Pilpres 2024 menimbulkan berbagai perdebatan di masyarakat. Walaupun, keduanya mampu mempertahankan tingkat dukungan tinggi hingga meraih kemenangan. Hal ini memunculkan pertanyaan mengenai peran strategi komunikasi politik, khususnya pencitraan diri, dalam memengaruhi persepsi publik terutama pemilih yang skeptis. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis strategi pencitraan diri Prabowo-Gibran dalam menjaga dukungan di kalangan pemilih skeptis di Kota Tangerang Selatan, dan (2) Mengetahui dampak strategi tersebut terhadap perolehan suara mereka. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi politik Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana mereka membangun citra diri agar tetap populer di tengah berbagai isu yang muncul. Pendekatan ini menganggap bahwa pencitraan politik adalah cara utama untuk memengaruhi pandangan masyarakat, terutama bagi pemilih yang ragu-ragu.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tim sukses, pengurus Partai Gerindra, serta warga Tangerang Selatan dari berbagai latar belakang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pencitraan Prabowo-Gibran melalui simbol, gaya komunikasi yang membumi, dan narasi modern berhasil membentuk citra positif dan meningkatkan dukungan. Meski sebagian pemilih skeptis tetap bertahan pada pandangannya, strategi ini terbukti efektif dalam menjaga elektabilitas. Temuan ini menegaskan pentingnya pencitraan politik yang relevan dan adaptif terhadap karakter pemilih masa kini.

Kata kunci: *Personal Branding*, Elektabilitas, Pemilih Skeptis