

**STRATEGI DIGITAL MARKETING PARTAI GERINDRA MELALUI  
PENDEKATAN BUDAYA POPULER: STUDI KASUS GIVEAWAY TIKET  
KONSER BLACKPINK PADA AKUN X @Gerindra**

ALYA FAJRIATI KINING

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji strategi digital marketing Partai Gerindra yang memanfaatkan budaya populer, khususnya melalui giveaway tiket konser Blackpink, pada akun X @Gerindra. Penelitian berfokus pada bagaimana partai Gerindra dapat menggunakan elemen budaya populer untuk meningkatkan *engagement* dan membangun citra positif di kalangan pemilih muda. Metode penelitian yang digunakan adalah studi netnografi, dengan menganalisis aktivitas dan komunikasi yang terjadi pada akun media sosial @Gerindra selama periode *giveaway*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ini berhasil menarik perhatian signifikan dari audiens target, yaitu generasi milenial dan Gen Z. *Giveaway* tiket konser Blackpink tidak hanya meningkatkan popularitas Partai Gerindra tetapi juga membangun keterlibatan emosional dan kedekatan dengan pemilih muda. Pendekatan ini menunjukkan adaptasi partai terhadap tren modern, menciptakan citra yang adaptif dan relevan. Strategi ini juga menggarisbawahi pentingnya fleksibilitas dan inovasi dalam penyampaian pesan politik di era digital. Keberhasilan ini diukur melalui peningkatan interaksi dan respons positif yang diterima akun @Gerindra selama kampanye berlangsung. Penelitian ini memberikan wawasan tentang efektivitas penggunaan budaya populer dalam kampanye politik digital, serta menunjukkan bagaimana partai politik dapat memanfaatkan tren sosial untuk memperkuat dukungan publik dan memperbaiki citra partai di mata pemilih muda.

**Kata Kunci:** *Budaya Populer, Digital Marketing, Engagement, Partai Gerindra, Generasi Muda*

**GERINDRA PARTY'S DIGITAL MARKETING STRATEGY THROUGH  
POPULAR CULTURE APPROACH: A CASE STUDY OF TICKET GIVEAWAY  
BLACKPINK CONCERT ON @Gerindra's X-ACCOUNT**

ALYA FAJRIATI KINING

***ABSTRACT***

*This study examines the digital marketing strategy of the Gerindra Party, which leverages popular culture, specifically through a Blackpink concert ticket giveaway on the X account @Gerindra. The research focuses on how the Gerindra Party can use elements of popular culture to increase engagement and build a positive image among young voters. The research method employed is netnography, analyzing activities and communications on the @Gerindra social media account during the giveaway period. The study results indicate that this strategy successfully attracted significant attention from the target audience, namely Millennials and Gen Z. The Blackpink concert ticket giveaway not only increased the Gerindra Party's popularity but also fostered emotional engagement and closeness with young voters. This approach demonstrates the party's adaptation to modern trends, creating an adaptive and relevant image. The strategy also underscores the importance of flexibility and innovation in delivering political messages in the digital era. This success is measured by the increase in interaction and positive responses received by the @Gerindra account during the campaign. This study provides insights into the effectiveness of using popular culture in digital political campaigns and shows how political parties can leverage social trends to strengthen public support and improve the party's image among young voters.*

***Keywords:*** *Popular Culture, Digital Marketing, Engagement, Gerindra Party, Young Generation*