



Judul Skripsi:

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

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik pada Prodi Ilmu Politik

Nama : Alya Fajriati Kining

NIM : 2010413086



PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA

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

SKRIPSI

**Diajukan untuk Mengkaji dan Memenuhi Syarat Awal untuk Mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Politik**



Disusun Oleh:

ALYA FAJRIATI KINING - 2010413086

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Alya Fajriati Kining

NIM : 2010413086

Program Studi : Ilmu Politik

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2024

Yang menyatakan,



(ALYA FAJRIATI KINING)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Alya Fajriati Kining

NIM : 2010413086

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Politik

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

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

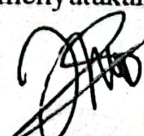
1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 4 Juli 2024

Yang menyatakan,




(Alya Fajriati Kining)

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR

NAMA : Alya Fajriati Kining
NIM : 2010413086
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik
JUDUL : **STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PARTAI GERINDRA MELALUI PENDEKATAN BUDAYA POPULER: STUDI KASUS *GIVEAWAY* TIKET KONSER BLACKPINK PADA AKUN X @Gerindra**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Danis Tri Saputra, S. IP. MIP.)

Penguji 1



(Dr. Nurdin, M. Si)

Penguji 2



(Abdul Gofur, S. S., M. Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik



(Restu Rahmawati, S.Sos., MA.)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 4 Juli 2024

**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*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kehadirat-Nya, yang dengan rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dan menjalani empat tahun studi Ilmu Politik di UPNVJ. Penulisan skripsi ini dilaksanakan sebagai bagian dari persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Politik dari Program Studi Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak September 2023 ini adalah *STRATEGI DIGITAL MARKETING PARTAI GERINDRA MELALUI PENDEKATAN BUDAYA POPULER: STUDI KASUS GIVEAWAYTIKET KONSER BLACKPINK PADA AKUN X @Gerindra*. Dalam penyelesaian skripsi ini tentunya membutuhkan peran dan dukungan dari berbagai pihak terkait. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan berkat dan karunia-Nya selalu mendampingi Penulis setiap waktu, juga atas segala pengampunan dan kesempatan yang diberikan kepada Penulis.
2. Ucapan terima kasih yang tulus Penulis sampaikan kepada Bapak Dr. Anter Venus, MA, Comm selaku Rektor Universitas Pembangunan Veteran Jakarta atas inspirasinya dan kesempatan yang diberikan kepada Penulis untuk menuntut ilmu di UPN Veteran Jakarta.
3. Terima kasih Penulis sampaikan kepada Restu Rahmawati, S.Sos., MA. selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan.
4. Penulis berterima kasih kepada Bapak Danis Tri Saputra S.IP., M.IP selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktunya yang berharga untuk membimbing Penulis dan memberikan banyak masukan berharga selama proses penyusunan tugas ini.

5. Ucapan terima kasih Penulis sampaikan kepada Bapak Dr. Nurdin, M. Si dan Bapak Abdul Gofur, S. S., M. Si selaku dosen penguji atas penilaian dan koreksi yang konstruktif.
6. Kepada narasumber penelitian ini, yaitu Ibnu Hamzah, Edgar Jonathan Siahaan, dan Choir dari PPID Gerindra di Kantor DPP Gerindra, Penulis sampaikan terima kasih atas waktu dan informasi yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Kepada keluarga Penulis, terutama Bapak Sulaiman dan Ibu Nurhayati Ali yang dengan ikhlas merelakan pikiran, tenaga, waktu, dan materiilnya dalam membantu Penulis sampai saat ini, para kakak Rainy, Laila, Fadel beserta para ipar yang memberikan arahan kehidupan dan bantuan spiritual dan materiil, dan para adik Zuhri dan Nasya, serta yang terkasih para keponakan, Abrisam, Dymarra, Naima, dan Abiyaz. Penulis haturkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas cinta, dukungan, dan doa yang tiada henti.
8. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang walau berkali-kali ragu akan kemampuan diri, namun tetap berani mencoba untuk melangkah demi langkah menuju penyelesaian penelitian ini.
9. Terima kasih juga Penulis sampaikan kepada teman terdekat yang sangat berharga, Mochamad Rizky Salim, atas dukungan dan kebersamaannya.
10. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada teman dekat Penulis yang sangat Penulis syukuri, Diza Putri Astuti, yang selalu ada untuk memberikan semangat dan bantuannya.
11. Terima kasih kepada saudara serta teman-teman Penulis yang telah mendukung sampai saat ini, Aryan Gymnastiar, Sarah Finka, Ananda Sausanti, Faqih, Hafizh Alvien, Reyhan Afif, Ariel Azfar, Aisyah, Vindya, Lintang, Rhasna, Tisyah, Annisa Camilla, Kurnia Elyssa, Dwi Ambar, Elga, Dian Winisari, dan Jauza Nawal. Dukungan dan kebersamaan kalian sangat berarti bagi Penulis.

12. Terakhir, Penulis juga berterima kasih kepada para kolega yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga, Bang Irsyaad, Bang Farhan, Bang Dhika, Kak Febri, Kak Anisa, Ardhi, dan Glayds.

Sebagai penutup, Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas kehadiran dan kontribusi yang telah memberikan makna dan nilai pada penulisan ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Namun, dengan tulus, Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi banyak pihak.

Jakarta, Juni 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized, cursive script that appears to read 'Aly' followed by a long horizontal stroke.

Alya Fajriati Kining

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	I
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	II
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	III
PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACT.....	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	24
1.3 Tujuan Penelitian	25
1.3.1 Tujuan Teoritis	25
1.3.2 Tujuan Praktis	26
1.4 Manfaat Penelitian	26
1.4.1 Manfaat Teoritis	26
1.4.2 Manfaat Praktis	26
1.5 Sistematika Penelitian	26
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	28
2.1 Teori dan Konsep Penelitian	28
2.1.1 Budaya Populer	28
2.1.2 Partai Politik.....	30
2.1.3 Digital marketing	31
2.1.4 Perencanaan Strategis.....	32
2.2 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Objek Penelitian	36

3.2	Jenis Penelitian.....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1	Studi Kepustakaan.....	38
3.3.2	Wawancara.....	39
3.3.3	Observasi Etnografi.....	40
3.3.4	Fields Notes.....	40
3.3.5	Computer-Assisted Qualitative Data Collecting.....	40
3.4	Sumber Data.....	41
3.4.1	Data Primer.....	41
3.4.2	Data Sekunder.....	42
3.5	Teknik Analisis Data.....	43
3.6	Tabel Rencana Waktu.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Profile Partai.....	45
4.1.1	Sejarah.....	45
4.1.2	Visi Misi.....	46
4.1.3	Lambang.....	47
4.1.4	Makna Lambang.....	48
4.1.5	Tugas dan Fungsi.....	48
4.1.6	Struktur Organisasi.....	50
4.1.7	Media Sosial.....	51
4.1.8	Akun Official X @Gerindra.....	51
4.2	Giveaway Tiket Gratis Konser Blackpink di JAKARTA.....	53
4.3	Pemanfaatan Budaya Populer oleh Partai.....	60
4.4	Implementasi Digital marketing.....	64
4.5	Tahapan Implementasi Strategi Marketing Politik Giveaway Tiket Konser Blackpink.....	71
4.5.1	Perencanaan Strategi oleh van den Berg.....	71
4.6	Pemanfaatan Giveaway Tiket Konser Blackpink oleh Partai Gerindra dalam Membangun Citra Politik.....	78
BAB V PENUTUP.....		82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....		85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		89
LAMPIRAN.....		90
A.	Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing.....	90

B. Lembar Perbaikan Skripsi	91
C. Surat Izin Penelitian	95
D. Transkrip Wawancara	96
E. Dokumentasi Wawancara.....	103
F. Excel Export Comment	105
G. Sertifikasi (Toefl, CCHRS, dan SM-FISIP).....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kampanye Kandidat Nam In-soon.....	5
Gambar 1. 2 Kampanye Trump dengan World Wrestling Federation.	6
Gambar 1. 3 Kampanye Ganjar Slank Ajak Megawati Joget Bareng.....	8
Gambar 1. 4 Kampanye Akbar Prabowo-Gibran di GBK dengan Penampilan Dewa 19.	9
Gambar 1. 5 Potret Lautan Massa Pendukung Anies - Cak Imin Padati Stadion JIS.	10
Gambar 1. 6 Konser BORNPINinJakarta trending topic	12
Gambar 1. 7 Postingan Pembuka <i>Giveaway</i> @Gerindra	13
Gambar 1. 8 Pengumuman diadakan <i>giveaway</i> oleh @Gerindra	14
Gambar 1. 9 Postingan <i>Giveaway</i> oleh @Gerindra	15
Gambar 1. 10 Pemenang <i>Giveaway</i>	16
Gambar 1. 11 Pemenang <i>Giveaway</i>	16
Gambar 1. 12 Jumlah pemilih Pemilu 2024 berdasarkan kelompok usia	18
Gambar 1. 13 Jumlah pengguna X terbanyak di dunia	19
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4. 1 Logo Partai Gerindra	47
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Partai Gerindra	50
Gambar 4. 3 Postingan <i>Giveaway</i> oleh Gerindra	55
Gambar 4. 4 Persentase Sentimen Komentar <i>Giveaway</i> Tiket Blackpink oleh @Gerindra.....	58
Gambar 4. 5 Survei Partai Politik Pilihan Responden Anak Muda di Pemilu 2024	81

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Narasumber Penelitian	42
Tabel 3. 2 Rencana Waktu	44