

**PREFERENSI DAN PERILAKU POLITIK BLINK  
(Studi Netnografi Terhadap *Giveaway* Tiket Konser BLACKPINK  
Pada Akun Media Sosial X Partai Gerindra)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**SILVI RAHMAWATI**  
**NPM : 20520007**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2024**

**PREFERENSI DAN PERILAKU POLITIK BLINK  
(Studi Netnografi Terhadap *Giveaway* Tiket Konser BLACKPINK  
Pada Akun Media Sosial X Partai Gerindra)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Politik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya**



**Oleh :**

**SILVI RAHMAWATI**  
**NPM : 20520007**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2024**

## **HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Judul Skripsi : PREFERENSI DAN PERILAKU POLITIK BLINK (Studi  
Netnografi Terhadap *Giveaway* Tiket Konser BLACKPINK  
Pada Akun Media Sosial X Partai Gerindra)  
Nama : Silvi Rahmawati  
NPM : 20520007

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan.

**Dosen Pembimbing I**

**Dosen Pembimbing II**

**Drs. Suahyo Tri Budiono, M.Si**  
NIDN/NIK. 0712046202/8757-ET

**Rizca Yunike Putri, S.IP., M.IP**  
NIDN/NIK. 0720069004/17775-ET

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan dewan penguji sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya pada:

Hari/Tanggal : Selasa/23 Januari 2024

Pukul : 09.00 – 11.00

### Dewan Penguji

**Drs. Sucahyo Tri Budiono, M.Si** Ketua (.....)

**Rizca Yunike Putri, S.IP., M.IP** Sekretaris (.....)

**Drs. Ahmad Sufaidi, M.IP** Anggota (.....)

**Dr. Mangihut Siregar, M.Si** Anggota (.....)

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

**Dr. Mangihut Siregar, M.Si**  
NIDN/NIK. 0718106801/18803-ET

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silvi Rahmawati  
NPM : 20520007  
Program Studi : Ilmu Politik  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surabaya, 23 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,

Silvi Rahmawati

## GLOSARIUM

BLACKPINK	: Sebuah grup musik perempuan asal Korea Selatan yang terkenal di tingkat internasional
BLINK	: Nama resmi untuk penggemar BLACKPINK, digunakan untuk menyebut komunitas penggemar mereka
Fandom	: Sebuah komunitas yang terdiri dari penggemar yang sangat antusias terhadap suatu tokoh, grup, atau fenomena tertentu
Giveaway	: Sebuah kegiatan di mana barang atau hadiah diberikan secara gratis kepada peserta tertentu, sering kali melalui undian atau kompetisi
K-Pop	: Singkatan dari "Korean Pop" merupakan genre musik populer yang berasal dari Korea Selatan
K-Poppers	: Istilah yang digunakan untuk menyebut penggemar K-Pop secara umum
Media Sosial X (Twitter)	: Sebuah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran, gambar, dan informasi dalam bentuk pesan singkat
Netizen	: Gabungan dari kata "internet" dan "citizen," mengacu pada pengguna internet yang aktif dalam komunitas daring dan berpartisipasi dalam diskusi atau kegiatan daring
Post	: Tiap pesan yang diunggah pada akun media sosial X. Dapat berupa foto, video, tautan maupun teks.
Tagar	: Simbol pagar (#) yang digunakan untuk menandai atau mengidentifikasi topik tertentu di media sosial
Trending Topic	: Topik atau isu yang sedang populer atau banyak dibicarakan oleh pengguna media sosial dalam waktu singkat

## KATA PENGANTAR

Peneliti mengucapkan syukur kepada Allah SWT karena atas segala Rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul **PREFERENSI DAN PERILAKU POLITIK BLINK (Studi Netnografi Terhadap Giveaway Tiket Konser BLACKPINK Pada Akun Media Sosial X Partai Gerindra)** dengan baik. Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp.THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dr. Mangihut Siregar, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya sekaligus Dosen Penguji II.
3. Dr. Mandra Nur Alia, S.Hub.Int., M.IP selaku Kepala Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Drs. Sucahyo Tri Budiono, M.Si selaku Dosen Pembimbing I.
5. Rizca Yunike Putri, S.IP., M.IP selaku Dosen Pembimbing II.
6. Drs. Ahmad Sufaidi, M.IP selaku Dosen Penguji I.
7. Putu Ari Saruhum Hasibuan, S.IP., M.IP selaku Dosen Wali.
8. Seluruh Sivitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
9. Keluarga dan sahabat yang senantiasa mendukung saya.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi skripsi maupun bagi peneliti.

Surabaya, 23 Januari 2024

Peneliti



Silvi Rahmawati

## ABSTRAK

Di era kebangkitan teknologi dan masifnya penggunaan media sosial, kampanye politik tidak hanya dilakukan secara konvensional. Pemanfaatan ruang opini publik melalui media digital banyak diandalkan untuk pemasaran politik, komunikasi politik, bahkan kampanye politik berbasis digital. Konten-konten yang diunggah politikus dengan mudah memengaruhi preferensi dan perilaku politik individu. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi dan perilaku politik BLINK (penggemar BLACKPINK) dalam menyikapi *giveaway* tiket konser BornPink: Jakarta yang diselenggarakan oleh Partai Gerindra melalui akun resmi media sosial X. Riset ini menggunakan metode kuantitatif-deskriptif dan pendekatan netnografi, dengan jumlah populasi tidak terbatas (infinitif). Sampel diambil dengan tingkat kesalahan maksimal 5% sehingga didapat sampel sebesar 360 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas *giveaway* tiket konser BornPink: Jakarta oleh Partai Gerindra efektif menjaring suara pemilih pemula. BLINK menunjukkan perilaku politik moderat dengan mendukung metode kampanye modern melalui media sosial, meskipun beberapa berpendapat bahwa perubahan pada persyaratan *giveaway* perlu dilakukan untuk menyesuaikan dengan kultur dan sensitivitas *K-Poppers*. Penggunaan media sosial dalam strategi politik modern berhasil membuka potensi kepada pemilih pemula sebagai *digital native* untuk menyampaikan pesan-pesan politik. Integrasi antara *K-Pop* dengan politik dapat dianggap relevan selama hal tersebut tidak mengaburkan pandangan individu terhadap nilai politik yang diusung oleh aktor politik maupun partai politik.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Perilaku Politik, *Giveaway* Tiket Konser



## ABSTRACT

*In the era of technological and social media initiatives, political campaigns are not just conventional. The utilization of public opinion space through digital media is much relied upon in political marketing, political communication, and even digital political campaigns. The content uploaded by politicians easily influences individual political behavior. This research focuses on comprehending the political behavior of BLINKs (BLACKPINK fans), particularly in response to the giveaway of BornPink concert tickets in Jakarta organized by the Gerindra Party through the official social media account X. This research employs a quantitative-descriptive method and the netnographic approach, with infinite population size. Samples are taken with a maximum margin of error of 5%, resulting in a sample size of 360 respondents. Research shows that giveaway activities giveaway tickets to the concert of BornPink: Jakarta by the Gerindra party effectively capture the attention of novice voters. Blink displays moderate political behavior by supporting modern campaign methods through social media, although some believe that changes in giveaway requirements need to be made to adjust to culture and k-poppers sensitivity. The use of social media in modern political strategies has succeeded in opening up the potential for novice voters as digital natives to convey political messages. Integration between K-Pop and politics can be considered relevant as long as it does not blur individual perspectives on the political values of both political actors and political parties.*

**Keywords:** *Social Media, Political Behavior, Concert Ticket Giveaway*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>GLOSARIUM.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.5 Penelitian Terdahulu.....	10
1.6 Landasan Teori .....	13
1.6.1 Masyarakat Digital.....	13
1.6.2 Netnografi .....	17
1.7 Batasan Konsep .....	20
1.7.1 Perilaku Politik .....	20
1.7.2 BLACKPINK.....	25
1.7.3 BLINK .....	26
1.7.4 Giveaway .....	26
1.7.5 Media Sosial X.....	26
1.7.6 Pemilihan Umum .....	27
1.8 Definisi Operasional Variabel dan Indikator .....	28
1.9 Metode Penelitian.....	29
1.9.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	29
1.9.2 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	29
1.9.3 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel .....	29
1.9.4 Sumber Data .....	31
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
1.9.6 Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
2.1 Media Sosial sebagai Ajang Kampanye Politik .....	34
2.2 Aktivisme Fandom <i>K-Pop</i> dengan Isu Sosial di Media Sosial X .....	36
2.3 Konser BornPink: Jakarta.....	38
<b>BAB III ANALISIS DATA .....</b>	<b>39</b>
3.1 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian .....	39

3.1.1 Lama Menjadi BLINK.....	40
3.1.2 Frekuensi Mendengar Lagu BLACKPINK .....	41
3.1.3 Kuantitas <i>Merchandise</i> yang Dimiliki .....	42
3.1.4 Pernyataan Menyukai BLACKPINK.....	43
3.1.5 Perkembangan Musik BLACKPINK.....	44
3.1.6 Pengetahuan Kolaborasi Anggota BLACKPINK .....	45
3.1.7 Hal yang Paling Disukai dari BLACKPINK .....	46
3.1.8 Fanatisme BLINK.....	48
3.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	50
3.2.1 Pemahaman Citra Partai Politik di Indonesia .....	50
3.2.2 Faktor Pendorong Afeksi Perilaku Politik .....	61
3.2.3 Manfaat Mengikuti <i>Giveaway</i> .....	68
3.2.4 Minat Politik dan Dorongan Mengikuti <i>Giveaway</i> .....	73
3.3 Hubungan Fanatisme BLINK dan Pemahaman Citra Parpol dengan Faktor Pendorong Afeksi Perilaku Politik.....	79
3.4 Hubungan Fanatisme BLINK dan Manfaat Mengikuti <i>Giveaway</i> dengan Minat Politik & Dorongan Mengikuti <i>Giveaway</i> .....	82
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
4.1 Kesimpulan.....	85
4.2 Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>
Lampiran I. Draft Kuesioner .....	89
Lampiran II. Tabulasi Data.....	92
Lampiran III. Kartu Monitoring Bimbingan Skripsi.....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 2. Definisi Operasional.....	28
Tabel 3. Penentuan Jumlah Sampel Menurut Isaac & Michael .....	30
Tabel 4. Rentang Lama Menjadi BLINK.....	40
Tabel 5. Frekuensi Mendengarkan Lagu BLACKPINK .....	41
Tabel 6. Kuantitas <i>Merchandise</i> .....	42
Tabel 7. Pernyataan Menyukai BLACKPINK.....	43
Tabel 8. Perkembangan Musik BLACKPINK .....	44
Tabel 9. Kolaborasi atau Proyek Individu Member BLACKPINK .....	45
Tabel 10. Menyukai BLACKPINK Berdasarkan Anggotanya .....	46
Tabel 11. Menyukai BLACKPINK Berdasarkan Musiknya.....	47
Tabel 12. Menyukai BLACKPINK Berdasarkan Tariannya.....	48
Tabel 13. Interval Nilai Fanatisme BLINK.....	49
Tabel 14. Kuantitas Partai Politik yang Diketahui .....	51
Tabel 15. Data Ordinal Kuantitas Partai Politik yang Diketahui .....	52
Tabel 16. Sumber Informasi Partai Politik.....	53
Tabel 17. Proses Pembentukan Citra Partai Politik.....	54
Tabel 18. Pengaruh Reputasi Terhadap Citra Partai Politik.....	55
Tabel 19. Pengaruh Aktor Politik Terhadap Citra Partai Politik .....	56
Tabel 20. Pengaruh Media Sosial Terhadap Citra Partai Politik .....	56
Tabel 21. Pengaruh Kegiatan Politik Menggunakan <i>K-Pop</i> Terhadap Citra Partai Politik.....	57
Tabel 22. Pengaruh Citra Partai Politik Terhadap Pemilu 2024.....	58
Tabel 23. Interval Nilai Pemahaman BLINK Terhadap Citra Partai Politik .....	59
Tabel 24. Pengetahuan Terkait Aktivitas Politik yang Melibatkan <i>K-Pop</i> .....	61
Tabel 25. Kesetujuan Atas Aktivitas Politik yang Melibatkan <i>K-Pop</i> .....	62
Tabel 26. Aktivitas Politik yang Melibatkan <i>K-Pop</i> Merepresentasikan Pemilih Pemula.....	63
Tabel 27. Partai Politik Mengikuti Perkembangan dan Tren .....	64
Tabel 28. Partai Politik Menghormati Pemilih Pemula.....	65
Tabel 29. Interval Nilai Faktor Pendorong Afeksi Perilaku .....	66
Tabel 30. Kesempatan Menghadiri Konser BornPink: Jakarta Melalui <i>Giveaway</i> dari Partai Gerindra .....	68
Tabel 31. Ruang Ekspresi Minat Politik .....	69
Tabel 32. Naiknya Popularitas Partai .....	70
Tabel 33. Ruang Dukungan Pada Partai Gerindra .....	71
Tabel 34. Interval Nilai Manfaat Mengikuti <i>Giveaway</i> .....	72
Tabel 35. Peserta <i>Giveaway</i> Menunjukkan Dukungan Pada Partai Gerindra .....	73
Tabel 36. Peserta <i>Giveaway</i> Tidak Diiringi Unsur Politik .....	74
Tabel 37. <i>Giveaway</i> Tiket Konser BornPink: Jakarta Efektif Menjaring Suara Pemilih Pemula .....	75
Tabel 38. Kesetujuan Atas Syarat <i>Giveaway</i> .....	76

Tabel 39. Interval Nilai Minat Politik & Dorongan Mengikuti <i>Giveaway</i> .....	78
Tabel 40. Hubungan Fanatisme BLINK dan Pemahaman Citra Parpol dengan Faktor Pendorong Afeksi Perilaku Politik .....	79
Tabel 41. Hubungan Fanatisme BLINK dan Manfaat Mengikuti <i>Giveaway</i> dengan Minat Politik & Dorongan Mengikuti <i>Giveaway</i> .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Post Giveaway</i> Partai Gerindra .....	6
Gambar 2. Komunitas BLINK Mengajukan Protes .....	7
Gambar 3. Pernyataan Partai Gerindra.....	7
Gambar 4. Salah Satu Peserta <i>Giveaway</i> .....	8
Gambar 5. Grafik Diagram Fanatisme BLINK.....	49
Gambar 6. Grafik Diagram Pemahaman Citra Partai Politik.....	60
Gambar 7. Grafik Diagram Faktor Pendorong Afeksi Perilaku.....	67
Gambar 8. Grafik Diagram Manfaat Mengikuti <i>Giveaway</i> .....	72
Gambar 9. Grafik Diagram Minat Politik & Dorongan Mengikuti <i>Giveaway</i> .....	78