

**PENGARUH *GIVEAWAY* TIKET KONSER BLACKPINK OLEH
GERINDRA DAN PSI TERHADAP PERILAKU MEMILIH *K-
POpers* PADA PEMILU 2024**

Shasa Nabila*), Kushandajani**)

Email: shasanabila0811@gmail.com

Departemen Politik dan Ilmu Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH., Tembalang, Semarang 50275, Kode Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email: fisip@undip.ac.id

Abstrak

Fenomena budaya populer *K-Pop* kini dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi politik di Indonesia, salah satunya melalui *giveaway* tiket konser Blackpink oleh Partai Gerindra dan PSI menjelang Pemilu 2024. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kegiatan tersebut terhadap perilaku memilih *K-Popers* melalui pendekatan sosiologis, psikologis, dan rasional. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner terhadap 100 responden *K-Popers*, dan data dianalisis menggunakan statistik deskriptif serta regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *giveaway* mampu menarik perhatian dan memicu diskusi dalam komunitas, namun tidak cukup membentuk kecenderungan dukungan politik. Secara sosiologis, komunitas *K-Pop* menjadi ruang pembentukan sikap kritis terhadap politisasi budaya populer. Secara psikologis, strategi ini tidak menciptakan kedekatan emosional dengan partai. Dari sisi rasional, *giveaway* dipandang menarik tetapi tidak memengaruhi preferensi politik. Dengan demikian, strategi politik berbasis budaya populer hanya efektif pada peningkatan perhatian publik, namun belum mampu menggeser orientasi politik *K-Popers* tanpa dukungan program yang lebih relevan.

Kata Kunci: Perilaku memilih, *K-Popers*, Partai Politik, Pemilu 2024.

Abstract

The phenomenon of K-Pop popular culture is now being utilized as a political communication strategy in Indonesia, one of which is through the Giveaway of Blackpink concert tickets by the Gerindra Party and PSI ahead of the 2024 Election. This study aims to analyze the influence of this activity on the voting behavior of K-Popers through sociological, psychological, and rational approaches within voter behavior theory. The research uses a quantitative method with a questionnaire administered to 100 K-Popers respondents, and the data were analyzed using descriptive statistics and simple linear regression. The results show that the Giveaway is able to attract attention and spark discussion within the community, but is not sufficient to shape a tendency toward political support. Sociologically, the K-Pop community becomes a space for forming critical attitudes toward the politicization of popular culture. Psychologically, this strategy does not create emotional closeness with the party. From a rational perspective, the Giveaway is considered attractive but does not influence political preferences. Thus, political strategies based on popular culture are effective only in increasing public attention, but have not been able to shift the political orientation of K-Popers without the support of more relevant programs.

Keywords: Voting Behavior, *K-Popers*, Political Parties, 2024 Election.

PENDAHULUAN

Prinsip dasar demokrasi menempatkan masyarakat sebagai pengendali keputusan politik di mana setiap individu memiliki hak yang setara untuk berpartisipasi dalam proses politik. Prinsip demokrasi mengandung arti dijunjung tingginya hak setiap orang untuk berpendapat, untuk memiliki ideologi tertentu, dan untuk memiliki identitas tertentu. (Latuconsina, 2013). Oleh karena itu, partisipasi masyarakat menjadi elemen krusial dalam keberlangsungan sistem demokrasi, sebab tanpa keterlibatan publik, demokrasi tidak dapat terwujud secara substantif.

Salah satu wujud nyata pelaksanaan demokrasi adalah penyelenggaraan pemilihan umum. Suatu negara dapat dianggap demokratis ketika pemerintahannya terbentuk berdasarkan kehendak rakyat, yang tercermin dalam pemilihan umum yang bersaing untuk perwakilan elit (Schumpeter, 2003). Di Indonesia, pemilu menjadi sarana kedaulatan rakyat untuk memilih wakil-wakil politiknya sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017. Melalui pemilu, masyarakat tidak hanya menyalurkan hak politiknya, tetapi juga terlibat dalam proses seleksi pemimpin yang dianggap mampu merepresentasikan kepentingan publik.

Dalam konteks pemilu, masyarakat sebagai pemilih tidak bersifat homogen.

Pemilih terdiri dari berbagai kelompok sosial dengan latar belakang, identitas, dan kepentingan yang beragam. Salah satu kelompok yang semakin menarik perhatian dalam dinamika politik kontemporer adalah kelompok penggemar musik Korea atau yang dikenal sebagai *K-Popers*. *K-Pop* sebagai bagian dari industri budaya global memiliki basis penggemar yang besar dan tersebar luas, termasuk di Indonesia. Korea Selatan mengemas industri hiburannya dengan sangat serius, dimana *Management* memegang peranan yang sangat besar (Anwar, 2018). Besarnya pengaruh industri hiburan Korea Selatan menjadikan *K-Pop* tidak hanya sebagai produk budaya, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang membentuk identitas dan solidaritas komunitas penggemarnya

Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah penggemar *K-Pop* terbanyak di dunia. Jumlah yang besar ini mendorong *K-Popers* untuk memanfaatkan media sosial sebagai ruang utama dalam membangun interaksi, berbagi informasi, dan mengekspresikan identitas fandom mereka. Salah satu platform yang paling banyak digunakan adalah Twitter atau yang kini dikenal sebagai X. Penggemar *K-Pop* saat ini paling banyak dijumpai di media sosial X karena segala informasi yang berasal dari twitter dianggap lebih cepat menyebar, serta, cara penggunaannya yang sangat mudah dan sederhana (Latifa & Harianto, 2023). Aktivitas *K-Popers* yang tinggi di platform

ini tercermin dari volume percakapan yang sangat besar terkait *K-Pop*, di mana Indonesia menempati posisi teratas dalam jumlah unggahan.

Tingginya aktivitas *K-Popers* di media sosial tidak hanya berkaitan dengan hiburan, tetapi juga meluas ke isu sosial dan politik. Meliana & Dejehave (2023) menyebutkan bahwa penggemar *K-Pop* menggunakan media sosial Twitter untuk menyampaikan penolakan terhadap omnibus law atau RUU Cipta Kerja melalui berbagai tagar yang sempat menjadi tren nasional. Fenomena ini menunjukkan bahwa *K-Popers* juga aktor yang terlibat aktif dalam partisipasi politik digital. Keterlibatan serupa juga terlihat dalam konteks global, seperti respons terhadap kampanye Donald Trump dan gerakan Black Lives Matter sebagaimana dibahas dalam Sidik & Rizky (2021), yang menunjukkan bahwa aktivisme daring *K-Popers* mampu memengaruhi realitas sosial di luar ruang digital.

Dari sisi demografis, *K-Popers* di Indonesia didominasi oleh kelompok usia muda yang telah memenuhi syarat sebagai pemilih dalam pemilu. Almaida, Gumelar & Laksmiwati (2021: 18) menyebutkan bahwa berdasarkan survei IDN Times (2019), mayoritas penggemar *K-Pop* berada pada rentang usia 20–25 tahun. Fakta ini menunjukkan bahwa *K-Popers* merupakan kelompok pemilih potensial dengan jumlah yang signifikan, sehingga memiliki posisi strategis dalam kontestasi politik elektoral.

Besarnya potensi suara dari kelompok *K-Popers* mendorong partai politik untuk menyusun strategi pendekatan yang lebih adaptif. Dalam sistem demokrasi, partai politik memegang peranan penting sebagai penghubung antara masyarakat dan kekuasaan politik. Haboddin (2016) menyatakan bahwa pemilu dan partai politik merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dalam sistem politik demokratis. Oleh karena itu, partai politik secara aktif mengembangkan strategi politik guna menarik perhatian dan dukungan pemilih, termasuk melalui pendekatan berbasis budaya populer (Basri, 2021).

Pada Pemilu 2024, salah satu strategi yang mencuri perhatian publik adalah pendekatan partai politik terhadap komunitas *K-Popers* melalui kegiatan *giveaway* tiket konser BLACKPINK. Partai Gerindra, melalui akun resmi Twitter (X) @Gerindra, pada 8 Maret 2023 mengumumkan *giveaway* tiket konser BLACKPINK yang mensyaratkan peserta untuk berfoto di depan baliho Prabowo sambil mengenakan atribut BLACKPINK. Sementara itu, Partai Solidaritas Indonesia (PSI) juga melakukan kegiatan serupa melalui mekanisme kuis yang diselenggarakan di akun Twitter (X) @psi_id, di mana partai berperan langsung dalam proses seleksi pemenang.

Kegiatan *giveaway* tersebut memicu beragam respons dari *K-Popers* di media sosial, mulai dari antusiasme, kritik, hingga

penolakan terhadap keterkaitan budaya *K-Pop* dengan aktivitas politik. Fenomena ini menunjukkan adanya tarik-menarik antara strategi komunikasi politik partai dan nilai-nilai yang dijaga oleh komunitas fandom. Perilaku memilih sendiri dipahami sebagai tindakan individu dalam menentukan pilihan terhadap kandidat, partai politik, atau isu publik tertentu (Oka, 2005). Dalam konteks ini, preferensi politik *K-Popers* tidak hanya dibentuk oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor sosial dan psikologis yang melekat pada identitas komunitas mereka.

Berdasarkan fenomena tersebut, keterlibatan partai politik dalam mengadopsi unsur *K-Pop* sebagai strategi pendekatan menjadi aspek yang relevan untuk dikaji secara akademis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *giveaway* tiket konser BLACKPINK oleh Partai Gerindra dan PSI terhadap perilaku pemilih *K-Popers* pada Pemilu 2024. Dengan menggunakan perspektif teori perilaku pemilih melalui pendekatan sosiologis, psikologis, dan rasional, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai sejauh mana strategi politik berbasis budaya populer mampu memengaruhi preferensi politik kelompok pemilih *K-Popers* di Indonesia.

HIPOTESIS

- Ho1 : Tidak terdapat pengaruh dari faktor-faktor sosiologis pada perilaku memilih *K-Popers* terhadap kegiatan *Giveaway* tiket konser BLACKPINK

oleh Gerindra dan PSI.

- Ha1 : Terdapat pengaruh dari faktor-faktor sosiologis pada perilaku memilih *K-Popers* terhadap kegiatan *Giveaway* tiket konser BLACKPINK oleh Gerindra dan PSI.
- Ho2 : Tidak terdapat pengaruh dari faktor-faktor psikologis pada perilaku memilih *K-Popers* terhadap kegiatan *Giveaway* tiket konser BLACKPINK oleh Gerindra dan PSI.
- Ha2 : Terdapat pengaruh dari faktor-faktor psikologis pada perilaku memilih *K-Popers* terhadap kegiatan *Giveaway* tiket konser BLACKPINK oleh Gerindra dan PSI.
- Ho3 : Tidak terdapat pengaruh dari faktor-faktor rasional pada perilaku memilih *K-Popers* terhadap kegiatan *Giveaway* tiket konser BLACKPINK oleh Gerindra dan PSI.
- Ha3 : Terdapat pengaruh dari faktor-faktor rasional pada perilaku memilih *K-Popers* terhadap kegiatan *Giveaway* tiket konser BLACKPINK oleh Gerindra dan PSI.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hubungan antara kegiatan politik berunsur budaya *K-Pop* yang dilakukan oleh partai politik dengan perilaku memilih yang terbentuk pada *K-Popers*. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menekankan pada pengolahan data dalam bentuk angka atau data yang dapat dikuantifikasikan, baik yang berasal dari

nilai maupun dari pendapat, komentar, atau pernyataan responden yang kemudian diolah secara statistik (Mundir, 2013). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengukur kecenderungan sikap dan respons responden terhadap fenomena politik yang diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang mengidentifikasikan diri sebagai *K-Popers*. Populasi tidak dimaknai sebagai seluruh penggemar *K-Pop* di Indonesia secara umum, melainkan ditetapkan secara operasional berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan konteks dan tujuan penelitian. Pembatasan populasi dilakukan agar responden berada dalam lingkup sosial dan informasi yang berkaitan langsung dengan objek penelitian, sehingga mampu memberikan jawaban yang sesuai dengan variabel yang dianalisis. Berdasarkan pertimbangan tersebut, jumlah populasi penelitian ditetapkan secara operasional sebanyak 1.000 individu *K-Popers*.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik non-probability sampling melalui pendekatan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi individu yang mengidentifikasikan diri sebagai *K-Popers*, berusia minimal 17 tahun, menggunakan media sosial X, serta mengetahui atau

pernah terpapar informasi mengenai kegiatan *giveaway* tiket konser BLACKPINK yang diselenggarakan oleh Partai Gerindra dan PSI. Kriteria usia ditetapkan karena individu berusia 17 tahun ke atas telah memiliki hak pilih dalam pemilihan umum, sehingga relevan dengan fokus penelitian mengenai perilaku pemilih. Adapun besaran jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini akan ditentukan dengan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Di mana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan

(margin of error) 10%

Pada akhirnya ditemukan jumlah sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini sejumlah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kajian perilaku memilih, terdapat berbagai pendekatan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi politik masyarakat. Teori perilaku memilih menjelaskan bahwa keputusan politik individu dipengaruhi oleh latar belakang sosial, kondisi psikologis, serta pertimbangan rasional mengenai untung dan rugi. Penelitian ini menganalisis

temuan lapangan melalui tiga pendekatan utama, yaitu sosiologis, psikologis, dan rasional. Pendekatan sosiologis menyoroti pengaruh lingkungan dan identitas sosial, pendekatan psikologis menekankan aspek emosional dan persepsi terhadap partai politik, sedangkan pendekatan rasional melihat perilaku memilih sebagai hasil kalkulasi manfaat. Ketiga pendekatan tersebut digunakan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap perilaku memilih.

a) Hasil Analisis Pendekatan Sosiologis

Pendekatan sosiologis dalam teori perilaku memilih menekankan bahwa kecenderungan politik individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial, seperti keluarga dan teman. Dalam penelitian ini, responden merupakan *K-Popers*, sehingga identitas sosial menjadi faktor penting. Identitas yang kuat mendorong individu memiliki kepentingan terhadap kelompoknya dan memengaruhi cara pandang mereka terhadap isu politik (Stubager, 2025). Interaksi intens dengan sesama penggemar membuat opini komunitas turut membentuk sikap politik *K-Popers*.

Lingkungan sosial *K-Popers* terbentuk dari kesamaan minat dan preferensi budaya yang menciptakan lingkup sosial relatif homogen. Di dalamnya terjadi pertukaran informasi dan pembentukan opini yang memperkuat identitas kelompok. Kondisi ini menjadikan

komunitas sebagai filter sosial dalam merespons langkah politik, termasuk kegiatan *giveaway* tiket konser BLACKPINK oleh Partai Gerindra dan PSI.

Berdasarkan data penelitian, lingkungan komunitas *K-Pop* berperan dalam membentuk kecenderungan sikap politik responden. Paparan reaksi dan diskusi sesama *K-Popers* mendorong responden mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari keterlibatan politik dalam ranah budaya *K-Pop*. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap peristiwa politik kerap dibangun melalui perspektif kolektif komunitas.

Komunitas *K-Popers* memiliki pengaruh kuat dalam pembentukan opini individu. Percakapan yang berkembang dalam fandom dijadikan rujukan dalam menilai kegiatan politik, sehingga pola pikir responden terbentuk melalui dinamika sosial, bukan secara terpisah. Temuan ini menguatkan pendekatan sosiologis yang menempatkan identitas sosial sebagai faktor penting dalam pembentukan sikap politik. Namun demikian, sikap komunitas terhadap *giveaway* tidak bersifat seragam. Sebagian *K-Popers* melihatnya sebagai upaya partai menjangkau pemilih potensial, sementara sebagian lainnya memilih menjaga jarak demi mempertahankan batas antara identitas fandom dan politik. Perbedaan ini menunjukkan bahwa komunitas *K-Pop* tidak membentuk satu sikap tunggal terhadap keterlibatan politik berbasis budaya populer.

Selain itu, aktivitas komunitas *K-Popers* tidak terbatas pada musik, tetapi juga mencakup kegiatan yang meningkatkan kesadaran politik, seperti penggalangan donasi untuk isu sosial dan politik. Aktivitas tersebut memperkuat kemampuan *K-Popers* dalam menganalisis dan bersikap kritis terhadap upaya politik yang menyentuh budaya *K-Pop*.

Eratnya hubungan *K-Popers* dengan sosial media menjadi hal penting lain yang perlu dikupas mengingat sosial media merupakan ranah dimana *K-Popers* membangun hubungan dan solidaritas mereka yang kuat. Media sosial menjadi faktor sosiologis penting bagi *K-Popers*. Media sosial berfungsi sebagai ruang utama pembentukan relasi, pertukaran informasi, dan penguatan identitas kolektif. Melalui interaksi yang intens dan dinamis, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga instrumen pemasaran politik dan kampanye yang strategis (Utari, 2022).

Pada penelitian ini, sebagian responden menggunakan media sosial sebagai rujukan sebelum membentuk pendapat terhadap kegiatan *giveaway* tiket konser BLACKPINK oleh Gerindra dan PSI, sementara sebagian lainnya bersikap lebih independen. Dengan demikian, media sosial berperan sebagai ruang publik komunitas tempat opini beredar dan diperdebatkan, yang kemudian memandu pembentukan sikap politik *K-Popers*.

b) Hasil Analisis Pendekatan Psikologis

Pendekatan psikologis dalam kajian perilaku memilih menyoroti faktor internal yang memengaruhi keputusan politik individu, seperti sikap, orientasi emosional, dan identifikasi partai. Berbeda dengan pendekatan sosiologis, pendekatan ini menekankan ikatan psikologis yang terbentuk melalui proses sosialisasi politik, baik melalui media maupun figur politik, yang pada akhirnya membangun kedekatan emosional antara individu dan partai (Ningsih et al., 2024).

Dalam konteks penelitian ini, penting untuk melihat bagaimana respons psikologis *K-Popers* terhadap kegiatan *giveaway* tiket konser BLACKPINK oleh Gerindra dan PSI. Sebagian *K-Popers* merasa bahwa minat mereka diakui oleh aktor politik, yang memunculkan respons emosional awal. Namun, pengakuan tersebut tidak semata dimaknai sebagai dukungan, melainkan justru memicu kesadaran dan kewaspadaan karena preferensi budaya mereka diposisikan sebagai alat politik.

Mayoritas *K-Popers* tidak merasakan kedekatan afektif dengan Gerindra maupun PSI meskipun telah ada upaya pendekatan melalui *giveaway*. Responden menilai bahwa ikatan emosional terhadap partai memerlukan proses jangka panjang dan konsistensi kebijakan yang relevan, bukan sekadar kegiatan simbolik atau insentif sesaat. Hal ini menunjukkan kemampuan *K-Popers* dalam memisahkan pengakuan

simbolik dari komitmen politik yang substantif.

Selain itu, kegiatan *giveaway* tidak mendorong *K-Popers* untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai agenda, program, atau ideologi kedua partai. Dalam pembentukan sikap politik, absennya dorongan eksplorasi informasi menandakan bahwa stimulus yang diberikan hanya menghasilkan kesadaran dangkal, tanpa berkembang menjadi ketertarikan yang lebih mendalam.

Berdasarkan temuan penelitian, *K-Popers* menyatakan ketidaksiapan mereka untuk mendukung Gerindra dan PSI serta menilai bahwa kegiatan *giveaway* tidak cukup untuk membangun loyalitas politik. Loyalitas dipahami sebagai hasil dari kepercayaan dan keterikatan emosional yang berkelanjutan, bukan respons instan (Schofield & Reeves, 2025). Sikap evaluatif *K-Popers* tercermin dari pertimbangan rasional terhadap kesesuaian antara imbalan yang ditawarkan dan komitmen politik yang diminta.

c) Hasil Analisis Pendekatan Rasional

Pendekatan rasional dalam teori perilaku memilih memandang individu sebagai aktor otonom yang mempertimbangkan untung dan rugi sebelum mengambil keputusan politik. Dalam konteks perilaku politik, rasionalitas politik tercermin dalam perilaku memilih yang didasarkan pada kalkulasi manfaat dan

konsekuensi dari setiap tindakan politik (Syafhendry, 2016). Pemilih tidak hanya merespons stimulus politik secara emosional, tetapi juga menilai sejauh mana tindakan tersebut menguntungkan kepentingan pribadi maupun kelompoknya.

Sikap *K-Popers* terhadap strategi *giveaway* tiket konser BLACKPINK oleh Gerindra dan PSI menunjukkan pola respons yang bersifat kalkulatif. Sebagian responden menilai kegiatan tersebut sebagai indikasi bahwa partai politik berupaya memahami dan menyesuaikan diri dengan preferensi *K-Popers*. Penilaian ini membentuk persepsi positif awal, di mana strategi berbasis budaya populer dipandang sebagai pendekatan yang inovatif dan patut diapresiasi. Apresiasi tersebut tidak sepenuhnya bersifat universal. Sebagian *K-Popers* menilai bahwa strategi *giveaway* belum memiliki nilai politis yang cukup kuat untuk dianggap signifikan. Hal ini menunjukkan adanya proses evaluasi rasional yang beragam di antara responden dalam menilai relevansi dan keseriusan pendekatan politik yang digunakan.

K-Popers menyadari adanya manfaat praktis dari *giveaway* berupa peluang memperoleh tiket konser. Meski begitu, penerimaan terhadap manfaat tersebut tidak serta-merta mengubah orientasi politik mereka. Responden mampu memisahkan antara kesenangan personal sebagai penggemar dan keputusan politik sebagai warga negara, sehingga hiburan tidak secara

otomatis diterjemahkan sebagai dukungan politik.

Pada akhirnya, *giveaway* berfungsi sebagai pintu masuk awal untuk menarik perhatian *K-Popers* terhadap aktivitas politik partai, tetapi tidak cukup kuat untuk membentuk loyalitas atau perubahan sikap politik yang mendalam. Mayoritas responden menilai bahwa manfaat hiburan yang ditawarkan belum sepadan dengan konsekuensi politis di baliknya. Dengan

demikian, strategi *giveaway* lebih berperan sebagai pemicu ketertarikan sesaat, bukan sebagai instrumen pembentukan kepercayaan atau keterikatan politik jangka panjang.

UJI VALIDITAS

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur konsep yang ingin diteliti.

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

Variabel		Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kegiatan <i>Giveaway</i> Tiket Konser (X)		X.1	0,556	0,197	Valid
		X.2	0,524	0,197	Valid
		X.3	0,721	0,197	Valid
		X.4	0,778	0,197	Valid
		X.5	0,569	0,197	Valid
		X.6	0,719	0,197	Valid
Perilaku Memilih <i>K-Popers</i> Pada Pemilu 2024 (Y)	Pendekatan Sosiologis (Y1)	Y.1	0,813	0,197	Valid
		Y.2	0,893	0,197	Valid
		Y.3	0,813	0,197	Valid
		Y.4	0,852	0,197	Valid
		Y.5	0,855	0,197	Valid
	Pendekatan Psikologis (Y2)	Y.6	0,804	0,197	Valid
		Y.7	0,909	0,197	Valid
		Y.8	0,772	0,197	Valid
		Y.9	0,865	0,197	Valid
		Y.10	0,860	0,197	Valid
	Pendekatan Rasional (Y3)	Y.11	0,631	0,197	Valid
		Y.12	0,835	0,197	Valid
		Y.13	0,828	0,197	Valid
		Y.14	0,805	0,197	Valid
		Y.15	0,807	0,197	Valid

Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil uji validitas pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kegiatan *Giveaway* Tiket Konser (X) memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dari r-tabel (0,197), sehingga seluruh butir dinyatakan valid. Hal yang sama juga terlihat pada

variabel Perilaku Memilih *K-Popers* (Y), baik pada pendekatan sosiologis, psikologis, maupun rasional. Semua item memiliki r-hitung di atas 0,197, sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid.

UJI RELIABILITAS

Uji reliabilitas bertujuan untuk

mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner konsisten atau tidak, yang diartikan sebagai apabila kuesioner itu

dijawab oleh orang yang sama di waktu yang berbeda, hasilnya tetap bisa diandalkan.

Tabel 1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel		Cronbach Alpha	Standard Alpha	Keterangan
Kegiatan <i>Giveaway</i> Tiket Konser (X)		0,722	0,60	Reliabel
Perilaku Memilih <i>K-Popers</i> Pada Pemilu 2024 (Y)	Pendekatan Sosiologis (Y1)	0,900	0,60	Reliabel
	Pendekatan Psikologis (Y2)	0,897	0,60	Reliabel
	Pendekatan Rasional (Y3)	0,843	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha pada variabel Kegiatan *Giveaway* Tiket Konser sebesar 0,722, yang telah melampaui batas minimum 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha pada variabel Perilaku Memilih *K-Popers* pada Pemilu 2024 yang mencakup pendekatan sosiologis, psikologis, dan rasional juga berada di atas 0,60. Dengan demikian, seluruh butir

pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

UJI HIPOTESIS

Uji hipotesis ini digunakan untuk memastikan secara statistik apakah kegiatan *Giveaway* tiket konser Blackpink benar-benar berpengaruh terhadap perilaku memilih *K-Popers* berdasarkan ketiga pendekatan.

Tabel 1.3 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	t	Sig.	Keterangan
Kegiatan <i>Giveaway</i> Tiket Konser (X) terhadap Pendekatan Sosiologis (Y1)	2,743	0,007	Diterima
Kegiatan <i>Giveaway</i> Tiket Konser (X) terhadap Pendekatan Psikologis (Y2)	5,006	0,000	Diterima
Kegiatan <i>Giveaway</i> Tiket Konser (X) terhadap Pendekatan Rasional (Y3)	2,818	0,006	Diterima

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 1.3 maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan *giveaway* tiket konser berpengaruh signifikan terhadap

pendekatan sosiologis (Y1), dengan nilai t sebesar 2,743 dan signifikansi 0,007 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan adanya pengaruh sosial dari lingkungan komunitas dan fandom terhadap perilaku memilih *K-Popers*, sehingga hipotesis alternatif pertama diterima.

2. Kegiatan *giveaway* tiket konser berpengaruh signifikan terhadap pendekatan psikologis (Y2), dengan nilai t sebesar 5,006 dan signifikansi 0,000 ($<0,05$). Temuan ini menunjukkan pengaruh *giveaway* terhadap aspek psikologis pemilih, sehingga hipotesis alternatif kedua diterima.
3. Kegiatan *giveaway* tiket konser berpengaruh signifikan terhadap pendekatan rasional (Y3), dengan nilai t sebesar 2,818 dan signifikansi 0,006 ($<0,05$). Hal ini menandakan bahwa pemilih turut mempertimbangkan manfaat yang diperoleh, sehingga hipotesis alternatif ketiga diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh *Giveaway* Tiket Konser BLACKPINK oleh Gerindra dan PSI terhadap Perilaku Memilih *K-Popers* Pemilu 2024, dapat disimpulkan bahwa perilaku politik *K-Popers* dibentuk oleh kombinasi faktor sosial, psikologis, dan rasional. *Giveaway* berbasis budaya populer memang berhasil menarik

perhatian, namun tidak secara otomatis mendorong dukungan politik, menunjukkan adanya sikap kritis dalam menyikapi pendekatan politik berbasis minat budaya.

Dari pendekatan sosiologis, lingkungan komunitas *K-Popers* berperan dalam membentuk sikap politik melalui interaksi dan opini sesama penggemar, meskipun sebagian responden tetap mempertahankan sikap independen. Secara psikologis, *K-Popers* cenderung menjaga jarak emosional terhadap strategi politik yang dianggap memanfaatkan idola, sehingga kedekatan simbolik tidak berkembang menjadi ikatan afektif dengan partai. Sementara itu, dari sisi rasional, *K-Popers* mempertimbangkan manfaat dan risiko secara kalkulatif; meskipun terdapat keuntungan material, kekhawatiran terhadap politisasi budaya *K-Pop* membatasi pengaruh strategi tersebut terhadap orientasi politik.

Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa partai politik tidak dapat dilepaskan dari identitas institusionalnya. Meskipun tidak dinyatakan sebagai kampanye, kegiatan *giveaway* tetap dipersepsikan sebagai aktivitas politik. Respons *K-Popers* yang beragam menunjukkan bahwa pemilih muda tidak mudah dipengaruhi oleh insentif semata, melainkan mempertimbangkan nilai, reputasi partai, serta implikasi jangka panjang penggunaan

budaya populer dalam politik.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan bagi penelitian selanjutnya maupun bagi partai politik. Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas jumlah responden dan cakupan populasi mengingat keterbatasan penelitian ini yang hanya melibatkan 100 responden. Selain itu, penggunaan pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau FGD perlu dipertimbangkan guna menangkap dinamika emosional dan sosial dalam fandom yang tidak sepenuhnya terakomodasi oleh survei kuantitatif. Bagi partai politik, penting untuk memahami karakteristik fandom *K-Pop* yang memiliki solidaritas internal kuat dan cenderung kritis terhadap isu politik, sehingga pendekatan berbasis budaya populer perlu disusun secara hati-hati, berbasis riset sosial budaya yang mendalam, serta dikomunikasikan secara transparan dan berjangka panjang agar tidak menimbulkan kesan eksploitasi identitas.

Dengan mempertimbangkan saran serta keterbatasan penelitian ini, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif dalam mengkaji hubungan antara budaya populer, media sosial, dan perilaku memilih. Pendekatan yang lebih sensitif terhadap nilai-nilai komunitas

diharapkan tidak hanya memperkaya kajian akademis, tetapi juga membantu merumuskan strategi komunikasi politik yang lebih etis dan efektif dalam konteks pemilu di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. (2021). Dinamika psikologis fangirl *K-Pop*. *Cognicia*, 9(1), 17-24.
- Anwar, C. R. (2018). Mahasiswa dan *K-Pop*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1). As'ari, Deni kurniawan. (2006). *Kamus Istilah Politik dan Kewarganegaraan*.
- Basri, H. (2021). Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 22- 32.
- Haboddin, M. (2016). *Pemilu dan partai politik di Indonesia*. Universitas Brawijaya Press.
- Latifa, I., & Harianto, S. (2023). Studi Etnografi Virtual Kehidupan di Balik Akun Twitter *K-Popers* Dalam Perspektif Dramaturgi. *Communication*, 14(1), 40-50.
- Latuconsina, N. (2013). Perkembangan demokrasi dan civil society di Indonesia. *Jurnal Populis*, 7(2).
- Meliana, M., & Al Jannah, D. (2023). Aktivisme Digital Fans *K-Pop* Dalam Menyuarakan Aksi Penolakan RUU Cipta Kerja (Omnibus Law) Tahun 2020. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 8407-8420.
- Mundir, M. (2013). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*.

- Ningsih, P. W., Siahaan, R. Y., Tinambunan, D. R., Situmeang, T. A., Simbolon, J. A., Harahap, D. E. P., & Lase, M. (2024). Perilaku Pemilih Gen Z Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024:(Studi Kasus Organisasi Gerakan Pramuka Mahasiswa UNIMED). *SOSIAL: Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, 2(2), 110-120.
- Oka Mahendra, A. A. (2005). Pilkada di Tengah Konflik Horizontal: Nurmahmudi Ismail Unggul di KPUD, Badul Kamal menang di Pengadilan Tinggi.
- Schofield, T., & Reeves, P. (2025). Understanding loyalty in a political marketing context: What makes voters loyal to a political party? *Journal of Political Marketing*.
- Schumpeter, J. (2003). "Capitalism, Socialism and Democracy", Routledge, USA.
- Sidik, A. M., & Rizky, Z. M. (2021). MEDIA DAN DIGITALISASI GERAKAN SOSIAL: AKTIVISME K-POPPERS DI TWITTER DALAM MERESPON KAMPANYE TRUMP TAHUN 2020 DAN BLACK LIVES MATTER. *Khazanah: Jurnal Mahasiswa*, 13(2).
- Stubager, R. (2025). How Are Social Groups Linked to the Vote? Social Group Perceptions and Party Choice. *British Journal of Political Science*, 55, e146.
- Syafhendry. (2016). Perilaku Pemilih Teori dan Praktek. Cetakan Pertama. PT. Alaf Riau. Pekanbaru.