

**PENGARUH KONTEN *GIVEAWAY MERCHANDISE*
BLACKPINK PADA *OFFICIAL* INSTAGRAM @oreo_indonesia
TERHADAP CITRA MEREK OREO**

(Survei Pada *Followers Official* Instagram Oreo)

ABSTRAK

Abstract: Oreo is a brand that collaborates with a Korean girl group, Blackpink, through the distribution of giveaway merchandise content on the official Instagram @oreo_indonesia. This collaboration through Blackpink merchandise that encourages researchers to find out the effect of Blackpink merchandise giveaway content on the Oreo brand image. This research uses a quantitative approach by conducting a survey of @oreo_indonesia Instagram followers. Using a simple linear regression test, it is known that there is a very strong influence between the giveaway content and the Oreo brand image with a positive direction of influence, which means. if the giveaway content increases, the brand image will also increase. The content indicators that most influence brand image are visual poster indicators that can cause long-term effects or central routes as one of the routes stated in the theory of the Elaboration Likelihood Model.

Keywords: brand image, instagram, content, likelihood elaboration theory

Abstrak: Oreo merupakan salah satu merek yang berkolaborasi dengan girlband asal Korea, Blackpink melalui pembagian konten giveaway merchandise di Instagram resmi @oreo_indonesia. Kolaborasi melalui merchandise Blackpink inilah yang mendorong peneliti untuk mengetahui pengaruh konten giveaway merchandise Blackpink terhadap citra merek Oreo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei kepada followers Instagram @oreo_indonesia. Menggunakan uji regresi linier sederhana diketahui adanya pengaruh yang sangat kuat antara konten giveaway dengan citra merek Oreo dengan arah pengaruh yang positif yang artinya. apabila konten giveaway mengalami kenaikan maka citra merek juga akan meningkat. Adapun indikator konten yang paling mempengaruhi citra merek adalah indikator visual poster yang dapat menyebabkan efek jangka panjang atau central route sebagai salah satu rute yang dinyatakan dalam teori Elaboration Likelihood Model.

Kata kunci: citra merek, instagram, konten, teori elaborasi likelihood