



**PENGARUH PENGGUNAAN MEME DAN BAHASA  
GAUL INSTAGRAM @netflixid TERHADAP MINAT  
LANGGANAN FOLLOWERS-NYA**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi  
Magister Komunikasi**

**Oleh:**

**Muhammad Aditya**

**55221110021**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2023**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Muhammad Aditya  
NIM : 55221110021  
Jenjang Pendidikan : S2  
Kosentrasi : Komunikasi Korporat dan Pemasaran  
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Penggunaan Meme dan Bahasa Gaul  
Instagram @netflixid Terhadap Minat Langgan  
Followers-nya.

Jakarta, 4 Juli 2023

Dosen Pembimbing

(Dr. Suraya, M.Si)



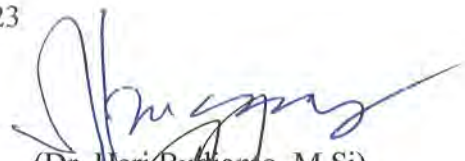

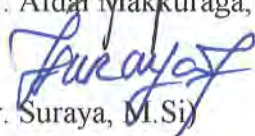
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

Judul : Pengaruh Penggunaan Meme dan Bahasa Gaul Instagram  
@netflixid Terhadap Minat Langganan Followers-nya  
Nama : Muhammad Aditya  
NIM : 55221110021  
Jenjang Pendidikan : S2  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Komunikasi Korporat dan Pemasaran  
Tanggal : 4 Juli 2023

Jakarta, 4 Juli 2023  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)
2. Penguji Ahli :  
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)
3. Pembimbing :  
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)

  
(Dr. Heri Buchianto, M.Si)  
  
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)  
  
(Dr. Suraya, M.Si)



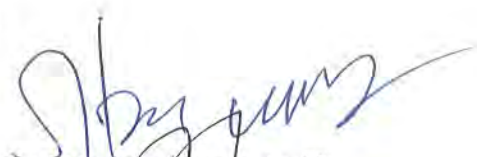
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

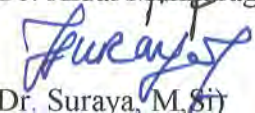
Judul : Pengaruh Penggunaan Meme dan Bahasa Gaul Instagram  
@netflixid Terhadap Minat Langganan Followers-nya.  
Nama : Muhammad Aditya  
NIM : 55221110021  
Jenjang Pendidikan : S2  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Komunikasi Korporat dan Pemasaran  
Tanggal : 4 Juli 2023

Jakarta, 4 Juli 2023  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)
2. Penguji Ahli :  
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)
3. Pembimbing :  
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)

  
(Dr. Heri Budianto, M.Si)

  
(Dr. Afdal Makmuraga, M.Si)

  
(Dr. Suraya, M.Si)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Muhammad Aditya  
NIM : 55221110021  
Jenjang Pendidikan : S2  
Konsentrasi : Komunikasi Korporat dan Pemasaran  
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Penggunaan Meme dan Bahasa Gaul  
Instagram @netflixid Terhadap Minat Langgan  
Followers-nya.

Jakarta, 4 Juli 2023

Dosen Pembimbing

(Dr. Suraya, M.Si)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama: : Muhammad Aditya

NIM : 55221110021

Program Studi: : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “Pengelolaan Krisis PR Traveloka Dalama Menghadapi Keluhan Pelanggan Terkait Refund Periode April 2020 – Desember 2020”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 19 Mei 2023 didapatkan nilai persentase sebesar 26% (dua puluh enam persen)

Jakarta, 19 Mei 2023  
Administrator Turnitin



**Sukadi, SE., MM**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Penggunaan Meme dan Bahasa Gaul Instagram @netflixid Terhadap Minat Langgan Followers-nya  
Nama : Muhammad Aditya  
N I M : 55221110021  
Program Studi : Komunikasi Korporat dan Pemasaran  
Tanggal : 11 Juli 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 11 Juli 2023

  
  
5BAKX430566159  
(Muhammad Aditya)



## KATA PENGANTAR

Puji beserta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian tesis dengan judul “Pengaruh Penggunaan Meme dan Bahasa Gaul Instagram @netflixid Terhadap Minat Langganan Followers-nya” secara tepat waktu.

Dalam penyelesaian tesis ini penulis banyak mendapatkan bantuan yang tak terhingga dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah S.W.T yang telah memberikan inspirasi, kekuatan dan kesabaran pada penulis dalam mengerjakan tesis ini hingga selesai.
2. Pejabat struktural fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk berkuliah dengan beasiswa sehingga membuat penulis semakin termotivasi untuk menjalani kuliah dengan sebaik-baiknya.
3. Dr. Suraya, M.Si, selaku pembimbing utama dalam tesis ini yang dengan sabar telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Kepada keluarga penulis, ayah, mama, Iqbal dan Fahza. Khususnya kepada ayahanda dan ibunda tercinta, berkat doa ayahanda dan ibunda tercinta penulis dapat melanjutkan studi S2 dengan beasiswa.
5. Kepada Cita Amelia, selaku istri tercinta dan Nozomi Yukina Azzahra, selaku anak tercinta, yang selalu menjadi penyemangat dan motivasi terbesar penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Kepada seluruh staff dan jajaran PT Sawayaka Fujindo Indonesia, khususnya bapak Tanaka Tatsumi selaku CEO, bapak Kartiwan selaku *Head of Manager* dan ibu



Noviyanti selaku *Head of Division* yang telah mengizinkan dan mendukung penuh penulis melanjutkan studi S2 hingga selesai.

7. Kepada bapak Dr. Heri Budianto, M.Si dan Dr. Afdal Makkuraga, M.Si selaku ketua dan wakil ketua bidang studi yang memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian tesis ini.
8. Kepada sahabat penulis, Ardin, Patrick, Trisna yang selalu mendukung dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Kepada seluruh dosen dan karyawan Pascasarjana Program Studi Komunikasi Universitas Mercu Buana.
10. Kepada teman-teman Angkatan 39 yang selalu kompak saling mendukung satu sama lain.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan. Hal ini semata-mata disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis, namun penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat dan menjadi berkah untuk kita semua. Aamiin.

Depok, 12 Juli 2023



Muhammad Aditya

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Pustaka .....	23
2.2.1 Komunikasi .....	23
2.2.1.1 Stimulus Respon .....	23
2.2.2 <i>Subscriptions Video on Demand (SVOD)</i> .....	25
2.2.3 Media Sosial .....	26
2.2.4 Instagram .....	26
2.2.5 Meme .....	28

2.2.6 Bahasa Gaul .....	33
2.2.7 AISAS .....	36
2.3 Kerangka Pemikiran .....	39
2.4 Hipotesis Penelitian .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	41
3.2 Pendekatan Penelitian .....	41
3.3 Metode Penelitian .....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Data Primer .....	42
3.4.2 Data Sekunder .....	42
3.5 Populasi dan Sampel.....	43
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	45
3.7 Variabel Penelitian .....	45
3.7.1 Definisi Konsep .....	46
3.7.2 Definisi Operasionalisasi Variabel .....	46
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	49
3.9 Teknik Analisa Data .....	57
3.10 Uji Regresi .....	58
3.11 Pengujian Hipotesis .....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Perusahaan .....	61
4.1.1 Profil Perusahaan .....	61
4.1.2 Budaya Organisasi .....	62
4.1.3 Program .....	62
4.1.4 Tantangan Bisnis .....	63
4.2 Hasil Penelitian .....	63

4.2.1	Profil Responden .....	63
4.2.2	Deskripsi Variabel .....	65
4.3	Hasil Uji Hipotesis .....	71
4.3.1	Hasil Uji f .....	71
4.3.2	Hasil Uji t .....	72
4.3.3	Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	73
4.3.4	Koefisien Korelasi .....	75
4.3.5	Hasil Analisa Regresi Linear Berganda .....	76
4.4	Pembahasan .....	77
4.4.1	Pengaruh Meme Terhadap Minat Langganan .....	77
4.4.2	Pengaruh Bahasa Gaul Terhadap Minat Langganan .....	80
4.4.3	Pengaruh Meme dan Bahasa Gaul Secara Bersama-sama Terhadap Minat Langganan .....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan Penelitian .....	85
5.2	Saran .....	87
<b>Daftar Pustaka .....</b>		<b>89</b>
<b>Lampiran .....</b>		<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel penelitian terdahulu .....	15
Tabel 3.7.1	Variabel penelitian .....	46
Tabel 3.7.2.1	Tabel operasionalisasi konsep .....	47
Tabel 3.8.1	Hasil uji validitas variabel X1 .....	49
Tabel 3.8.2	Hasil uji validitas variabel X2 .....	52
Tabel 3.8.3	Hasil uji validitas variabel Y .....	54
Tabel 4.2.1.1	Profil responden .....	64
Tabel 4.2.2.1	Profil variabel meme dari 100 responden .....	65
Tabel 4.2.2.2	Profil variabel bahasa gaul dari 100 responden .....	67
Tabel 4.2.2.3	Profil variabel minat langganan dari 100 responden .....	69
Tabel 4.3.1.1	Hasil uji f .....	71
Tabel 4.3.2.1	Hasil uji t .....	73
Tabel 4.3.3.1	Hasil koefisien determinasi variabel meme (X1) .....	73
Tabel 4.3.3.2	Hasil koefisien determinasi variabel bahasa gaul (X2) .....	74
Tabel 4.3.3.3	Hasil koefisiensi determinasi variabel meme (X1) dan bahasa gaul (X2) .....	75
Tabel 4.3.4.1	Hasil uji koefisien korelasi .....	75
Tabel 4.3.5.1	Hasil uji regresi linear berganda .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Instagram Netflix Indonesia .....	4
Gambar 1.2	Meme Netflix .....	6
Gambar 1.3	Contoh konten penggunaan bahasa gaul .....	7
Gambar 2.1	Siklus hidup meme .....	32
Gambar 2.2	Penggunaan meme oleh Netflix .....	32
Gambar 2.3	Penggunaan bahasa gaul oleh Netflix .....	36
Gambar 2.4	Kerangka konseptual .....	37
Gambar 2.5	Kerangka pemikiran .....	39
Gambar 3.5.1	Rumus Slovin .....	44
Gambar 3.5.2	Jumlah followers Netflix .....	44
Gambar 3.8.1	Rumus uji validitas .....	49
Gambar 3.8.2	Rumus uji reliabilitas .....	57
Gambar 3.9.1	Rumus korelasi Pearson .....	58
Gambar 4.1.1.1	Logo Netflix .....	62
Gambar 4.3.1	Hasil hubungan antar variabel .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Similarity Check .....	iii
Lampiran 2 Pernyataan .....	iv
Lampiran 3 Kuesioner .....	93
Lampiran 4 Riwayat Hidup Penulis .....	95



## ABSTRAK

Di era digital yang semakin maju, platform online dan media sosial telah menjadi ruang yang penting dalam menyebarkan informasi, menghubungkan orang-orang dan mempengaruhi perilaku pengguna. Penggunaan meme dan bahasa gaul telah menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya online saat ini. Meme dalam bentuk gambar, video atau teks yang diadaptasi dan disebarluaskan dengan cepat di media sosial, seringkali menjadi sarana untuk menyampaikan pesan yang lucu, menghibur, atau viral. Di sisi lain, bahasa gaul adalah bentuk bahasa informal yang populer di kalangan pemuda dan sering digunakan dalam komunikasi sehari-hari.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana pengaruh meme dan bahasa gaul terhadap minat langganan followers-nya. Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk mengidentifikasi celah dan peluang kontribusi baru dalam bidang ini.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivis. Penelitian ini menggunakan teori Stimulus-Respon dengan hipotesa meme dan bahasa gaul bertindak sebagai stimulus yang pada akhirnya akan menghasilkan respon dalam bentuk minat langganan. Penelitian ini menetapkan meme sebagai variabel X1, meme sebagai variabel X2 dan minat langganan sebagai variabel Y.

Hasil penelitian menunjukkan meme dan bahasa gaul secara sendiri-sendiri dan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat langganan. Hasil uji F didapatkan hasil sebesar 114,873 dan nilai Sig. 0,000 maka disimpulkan terdapat pengaruh signifikan terhadap minat langganan. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan meme memiliki pengaruh sebesar 66,8% dan bahasa gaul sebesar 46,1% terhadap minat langganan. Maka, disimpulkan bahwa meme memiliki pengaruh lebih besar dibanding bahasa gaul. Penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan emotikon dan simbol berpengaruh kuat dalam ketertarikan emosional penerima terhadap informasi yang akan disebarluaskan. Pada akhirnya, pemahaman tentang pengaruh meme dan bahasa gaul terhadap minat langganan memberikan peluang untuk menciptakan peluang pengalaman digital yang lebih menarik dan memperkuat hubungan antar pengguna.

**Kata kunci:** *meme, bahasa gaul, AISAS, stimulus respon*

## ABSTRACT

In the increasingly advanced digital era, online platforms and social media have become crucial spaces for disseminating information, connecting people, and influencing user behavior. The use of memes and slang language has become an inseparable part of today's online culture. Memes, in the form of images, videos, or adapted and rapidly disseminated text, often serve as a means to convey funny, entertaining, or viral messages. On the other hand, slang language represents an informal form of communication popular among youth and commonly used in daily interactions.

This study aims to examine the extent of the influence of memes and slang language on interest in follower subscriptions. This research can serve as an evaluation to identify gaps and new contribution opportunities in this field.

The study employs a survey method with a quantitative approach within a positivist paradigm. The research applies the Stimulus-Response theory, hypothesizing that memes and slang language act as stimuli that ultimately generate responses in the form of subscription interest. The study designates memes as variabel X1, slang language as variable X2, and subscriptions interest as variabel Y.

Research findings reveal that memes and slang language, both or individually and simultaneously, have a positive impact on subscription interest. The F-test yields a result of 114.873 with a Sig. value of 0,000, leading to the conclusion that there is a significant influence on subscription interest. The coefficient of determination test results indicate that memes hold a 66,8% influence and slang language holds a 46,1% influence on subscription interest. Thus, it concluded that memes exert a greater influence compared to slang language. This study also discovers that the use of emoticons and symbols strongly affects the emotional appeal of recipients toward the information being disseminated. Ultimately, understanding the impact of memes and slang language on subscription interest provides opportunities to create more engaging digital experiences and strengthen user relationship.

**Keyword:** *memes, slang language, AISAS, stimulus-response*