

## 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*