

**PENGARUH *MEME INTERNET* TERHADAP BRAND IMAGE
NETFLIX**

Proposal Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
(S1)**

Pada Program Studi Manajemen

**Fakultas Bisnis dan Eknomika Universitas Atma Jaya
Yogyakarta**



Diajukan Oleh :

Orvin Theo Saputra

NPM: 210326153

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *MEME* INTERNET TERHADAP CITRA MEREK NETFLIX

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

ORVIN THEO SAPUTRA

210326153

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

10 Juni 2025

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *MEME* INTERNET TERHADAP CITRA MEREK NETFLIX

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Orvin Theo Saputra

NPM : 210326153

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji Pada

tanggal 4 Juli 2025

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.


Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

Yogyakarta, 21 Juli 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Alma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Orvin Theo Saputra

NPM : 210326153

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Meme Internet* Terhadap Citra Merek Netflix

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 10 Juni 2025

Saya yang menyatakan,



Orvin Theo Saputra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Internet Meme Terhadap Brand Image Netflix.”

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti dengan penuh rasa terima kasih ingin menyampaikan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga tercinta, terutama Papa dan Mama, Feli, Cheryl dan seluruh keluarga besar, yang selalu memberikan semangat, doa yang tak henti-henti, serta dukungan baik secara moral maupun materiil selama proses ini berlangsung.
2. Bapak Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan penuh perhatian telah membimbing peneliti dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini, serta memberikan saran dan masukan yang sangat berarti.
3. Sekartaji Putri Andhini yang telah menjadi sumber semangat, pendengar setia keluh kesah, serta selalu memberikan dukungan dan motivasi di saat peneliti merasa lelah dan hampir menyerah.

4. Teman-teman seperjuangan, yang selalu hadir dengan tawa, semangat, dan dorongan moral selama masa penyusunan skripsi. Terima kasih untuk cerita, diskusi, dan waktu kebersamaan yang membantu melewati masa sulit ini.
5. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Tanpa kontribusi dari para responden, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.
6. Seluruh dosen dan staf Universitas Atma Jaya Yogyakarta, khususnya di Program Studi Manajemen, yang telah memberikan ilmu, fasilitas, dan suasana belajar yang mendukung selama masa studi.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

PENGARUH *MEME INTERNET* TERHADAP CITRA MEREK NETFLIX

Disusun Oleh:

Orvin Theo Saputra

210326153

Pembimbing:

Oscar Chrismadian Noventa, S.E. M.SE.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43, Yogyakarta

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi komunikasi pemasaran, termasuk penggunaan internet meme sebagai bentuk komunikasi yang bersifat user-generated dan customer-active. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh elemen-elemen dalam internet meme terhadap *Brand Image* Netflix, dengan fokus pada variabel *Humour*, *High Spreadability*, *High Emotional Intensity*, dan *Brand Prestige*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan regresi linear berganda. Hasil uji t menunjukkan bahwa hanya variabel *High Spreadability* yang berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image*, dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien regresi 0,381, menandakan bahwa tingkat ketersebaran konten sangat berkontribusi dalam membentuk citra merek secara positif, sedangkan variabel *Humour*, *High Emotional Intensity*, dan *Brand Prestige* tidak berpengaruh secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi penyebaran konten yang viral dan mudah dibagikan merupakan elemen kunci dalam membentuk persepsi merek Netflix di era digital.

Kata kunci: *Internet Meme; Brand Image; High Spreadability; Humour; Emotional Intensity; Brand Prestige; Netflix.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Penelitian	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hipotesis.....	27
BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Metode Pengumpulan Data	31
3.3 Definisi Operasional.....	32
3.4 Metode Pengujian Instrumen Penelitian	35
3.5 Metode Analisis Data	37
BAB IV.....	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Pendahuluan	41
4.2 Hasil Penelitian	41
4.3 Pembahasan.....	52
BAB V.....	59
PENUTUP DAN KESIMPULAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Implikasi Manajerial.....	60

5.3 Keterbatasan Penelitian	61
5.4 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel..... 32

Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif..... 42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	30
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner 17 Item.....	67
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	74
Lampiran 3 Artikel Jurnal Acuan.....	80

