

**PENGARUH KONTEN MEME NETFLIX  
INDONESIA TERHADAP *ONLINE ENGAGEMENT*  
PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM  
*@NETFLIXID***

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Oleh :**

**Chandra Wijaya**

**NBI.1151800103**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH KONTEN MEME NETFLIX  
INDONESIA TERHADAP *ONLINE ENGAGEMENT*  
PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM  
*@NETFLIXID***

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

**Chandra Wijaya**

**NBI.1151800103**

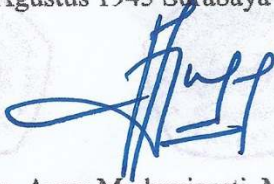
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Chandra Wijaya  
NPM : 1151800103  
Judul : Pengaruh Konten Meme Netflix Indonesia Terhadap *Online Engagement* Pada Followers Akun Instagram @Netflixid

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas 17  
Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.  
NPP 20120.87.0103

Surabaya, 3 Januari 2023  
Disetujui Oleh  
Dosen Pembimbing I



Dewi Sri A.R., S.I.Kom., M.Med.Kom  
NPP. 20150.17.0747



## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 22 Desember 2022 :

Dewan Penguji :

1. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom

Ketua

2. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.SI

Anggota

3. Maulana Arief, S.Sos., M.I.Kom

Anggota

Mengesahkan  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan

  
Dra. Ann Maduwinarti, M.P  
NPP : 20120.87.0103



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TLP. 031 593 1800 (EX 311)  
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chandra Wijaya  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Konten Meme Netflix Indonesia Terhadap *Online Engagement* Pada Followers Akun Instagram @Netflixd”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 4 Januari 2023





## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Chandra Wijaya

NBI : 1151800103

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Konten Meme Netflix Indonesia Terhadap *Online Engagement* Pada Followers Akun Instagram @Netflixd

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti Sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesedar-sadarnya

Surabaya, Desember 2022

Yang membuat pernyataan,



Chandra Wijaya

NBI.1151800103

## ABSTRAK

Melalui kemunculan media sosial banyak perusahaan maupun organisasi menggunakan media sosial sebagai saluran baru untuk berkomunikasi dengan khalayak luas, salah satunya adalah Netflix Indonesia yang membangun hubungan komunikasi dengan audiens mereka menggunakan konten berupa meme melalui akun intagram @netflixid. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari penggunaan konten meme sebagai penerapan kegiatan komunikasi untuk menarik interaksi khalayak berupa *like*, *comment*, dan *share* yang diartikan sebagai *online engagement* di media sosial Instagram. Dalam mengkaji fenomena ini peneliti menggunakan teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*) yang berasumsi bahwa *stimulus* (pesan) yang diterima oleh *organism* (komunikasikan) menyebabkan munculnya sebuah *response* (efek) yang diartikan sebagai perubahan perilaku. Peneliti menggunakan metode kuantitatif eksplanatif yang mana data yang digunakan sebagai bahan penelitian merupakan data kuesioner dari sampel penelitian yaitu *followers* Instagram Netflix Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang diberikan oleh variabel konten meme terhadap variabel *online engagement* pada tingkatan yang kuat, sehingga Hipotesis Nol ( $H_0$ ) yang mengasumsikan tidak adanya pengaruh yang diberikan oleh konten meme terhadap *Online engagement* pada *Followers* Instagram Netflix Indonesia ditolak, dan Hipotesis Kerja ( $H_a$ ), yang menyatakan adanya pengaruh dari konten meme terhadap *Online engagement* pada *Followers* Instagram Netflix Indonesia diterima. Maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan dari konten meme terhadap *online engagement* pada *followers* Instagram Netflix Indonesia.

**Kata kunci** : Konten meme, *Online engagement*, Netflix Indonesia.

## **ABSTRACT**

*Through the emergence of social media, many companies and organizations are using social media as a new channel to communicate with a broad audience, one of which is Netflix Indonesia, which builds communication relationships with its audience using content in the form of memes through the Instagram account @netflixid. This study aims to find out how the influence of the use of meme content as the application of communication activities to attract audience interaction in the form of likes, comments, and shares is defined as online engagement on Instagram social media. In studying this phenomenon, researchers use S-O-R (Stimulus Organism Response) theory which assumes that the stimulus (message) received by the organism (communicant) causes a response (effect) to appear which is interpreted as a change in behavior.. The researcher uses an explanatory quantitative method in which the data used as research material is questionnaire data from the research sample, namely Indonesian Instagram Netflix followers. The results of this study indicate that there is an influence exerted by meme content variables on online engagement variables at a strong level so the Null Hypothesis (H0) assumes that there is no influence exerted by meme content on online engagement on Indonesian Netflix Instagram Followers is rejected. and the Working Hypothesis (Ha), which states that there is an influence of meme content on online engagement on Instagram Netflix Indonesia followers is accepted. So the conclusion that can be drawn from this research is that there is a significant influence of meme content on the online engagement of Indonesian Netflix Instagram followers.*

**Keywords:** *Meme content, Online engagement, Netflix*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Setelah melalui perjalanan yang panjang, perjuangan serta dibantu dengan do'a, penelitian dengan judul "Pengaruh Konten Meme Terhadap Online Engagement Pada Followers Akun Instagram @Netflixid" dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Terselsaikannya skripsi ini tentunya tidak luput dari bimbingan, bantuan, dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dan mendorong terwujudnya skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Berkah dan Rahmatnya sehingga penulis diberikan Kesehatan dalam menyelesaikan skripsi ini,
2. Keluarga khususnya kedua orang tua yang tiada henti memotivasi, mendukung, mendo'akan dan menyemangati peneliti dalam menyelesaikan skripsi
3. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Mohammad Insan Romdhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan arahan, dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
6. Drs. Jupriono, M.SI selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan, dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen-dosen pengajar pada Prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas ilmu yang telah diberikan semasa bangku perkuliahan.
8. Teman-teman anggota Magical Mind yang telah banyak membantu, menyemangati, dan mendukung dalam proses penulisan skripsi.

Demikian ucapan rasa terimakasih yang peneliti sampaikan, masih banyak pihak yang tidak mampu peneliti sebutkan satu persatu. Peneliti juga menyadari

bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Untuk itu, peneliti berharap adanya kritik maupun saran yang membangun demi perbaikan dimasa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dengan sebaik-baiknya.

Surabaya, 12 Desember 2022

Chandra Wijaya

## DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	15
2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.1.1 Critical Review.....	16
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Teori S-O-R ( <i>Stimulus Organism Response</i> ) .....	18
2.3 Definisi Konseptual.....	20
2.3.1 Khalayak .....	20
2.3.2 New media.....	21
2.3.3 Konten Meme.....	27
2.3.4 Online engagement.....	29
2.4 Definisi Operasional .....	30
2.4.1 Konten meme .....	30
2.4.2 <i>Online engagement</i> .....	31

2.5 Kerangka Dasar Pemikiran .....	31
2.6 Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	33
3.2 Jenis Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel .....	34
3.3.1 Populasi .....	34
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	36
3.4.1 Skala Pengukuran.....	36
3.4.2 Instrumen penelitian.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.7 sDefinisi Konseptual & Operasional.....	41
3.8 Hipotesis.....	41
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Tinjauan Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Netflix.....	43
4.1.2 Profil Instagram Netflix Indonesia.....	44
4.2 Penyajian Data Responden.....	47
4.2.1 Identitas Responden .....	47
4.3 Rekapitulasi Data Jawaban Responden.....	48
4.4 Hasil Uji Validitas.....	90
4.5 Hasli Uji Reliabilitas .....	95
4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	99
4.7 Hasil Pengujian hipotesis .....	100
4.7.1 Uji Korelasi .....	100
4.7.2 Uji Koefisien determinasi (R Square) .....	101
4.7.3 Uji Parsial (t).....	102
4.8 Pembahasan Penelitian.....	102



BAB V PENUTUP .....	107
5.1 Kesimpulan .....	107
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA .....	109
LAMPIRAN.....	112

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	14
<b>Tabel 3.1</b> Konten meme dengan tingkat online engagement tertinggi .....	36
<b>Tabel 3.2</b> Bobot nilai kuesioner.....	37
<b>Tabel 3.3</b> Penafsiran Internal Koefisien .....	40
<b>Tabel 3.4</b> Definisi Konseptual dan Operasional .....	41
<b>Tabel 4.1</b> Data responden berdasarkan usia .....	47
<b>Tabel 4.2</b> Data responden berdasarkan jenis kelamin .....	48
<b>Tabel 4.3</b> Data responden berdasarkan pekerjaan .....	48
<b>Tabel 4.4</b> Rekapitulasi data responden konten meme 14 Februari (X) .....	49
<b>Tabel 4.5</b> Rekapitulasi data responden konten meme 14 Februari (Y) .....	52
<b>Tabel 4.6</b> Rekapitulasi data responden konten meme 29 September (X).....	57
<b>Tabel 4.7</b> Rekapitulasi data responden konten meme 29 September (Y).....	61
<b>Tabel 4.8</b> Rekapitulasi data responden konten meme 28 September (X).....	65
<b>Tabel 4.9</b> Rekapitulasi data responden konten meme 28 September (Y).....	69
<b>Tabel 4.10</b> Rekapitulasi data responden konten meme 15 September (X).....	74
<b>Tabel 4.11</b> Rekapitulasi data responden konten meme 15 September (Y).....	77
<b>Tabel 4.12</b> Rekapitulasi data responden konten meme 17 Agustus (X).....	82
<b>Tabel 4.13</b> Rekapitulasi data responden konten meme 17 Agustus (Y).....	86
<b>Tabel 4.14</b> Hasil analisis uji validitas konten meme 14 Februari.....	90
<b>Tabel 4.15</b> Hasil analisis uji validitas konten meme 29 September .....	91
<b>Tabel 4.16</b> Hasil analisis uji validitas konten meme 28 September .....	92
<b>Tabel 4.17</b> Hasil analisis uji validitas konten meme 15 September .....	93
<b>Tabel 4.18</b> Hasil analisis uji validitas konten meme 17 Agustus .....	94
<b>Tabel 4.19</b> Hasil analisis uji reliabilitas konten meme 14 Februari (X).....	95
<b>Tabel 4.20</b> Hasil analisis uji reliabilitas konten meme 14 Februari (Y).....	95

<b>Tabel 4.21</b> Hasil analisis uji reliabilitas konten meme 29 September (X) .....	96
<b>Tabel 4.22</b> Hasil analisis uji reliabilitas konten meme 29 September (Y) .....	96
<b>Tabel 4.23</b> Hasil analisis uji reliabilitas konten meme 28 September (X) .....	96
<b>Tabel 4.24</b> Hasil analisis uji reliabilitas konten meme 28 September (Y) .....	97
<b>Tabel 4.25</b> Hasil analisis uji reliabilitas konten meme 15 September (X) .....	97
<b>Tabel 4.26</b> Hasil analisis uji reliabilitas konten meme 15 September (Y) .....	97
<b>Tabel 4.27</b> Hasil analisis uji reliabilitas konten meme 17 Agustus (X) .....	98
<b>Tabel 4.28</b> Hasil analisis uji reliabilitas konten meme 17 Agustus (Y) .....	98
<b>Tabel 4.29</b> Tabel Coefficient .....	99
<b>Tabel 4.30</b> Tabel Uji Korelasi .....	100
<b>Tabel 4.31</b> Interpretasi Interval Koefisien.....	101
<b>Tabel 4.32</b> Tabel Uji Koefisien Determinasi (R Square) .....	101
<b>Tabel 4.33</b> Tabel Uji Parsial (t) .....	101

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Data Pengguna media sosial tahun 2014-2022 .....	2
<b>Gambar 1.2</b> Data media sosial paling sering digunakan tahun 2014-2022.....	3
<b>Gambar 1.3</b> Data followers Instagram platform streaming film indonesia .....	6
<b>Gambar 1.4</b> Konten meme serial squid game .....	7
<b>Gambar 1.5</b> Diagram jumlah konten meme Netflix indonesia .....	8
<b>Gambar 1.6</b> Diagram jumlah konten meme video dan gambar .....	9
<b>Gambar 1.7</b> Diagram likes & comment tertinggi konten meme bulan agustus .....	10
<b>Gambar 1.8</b> Diagram likes & comment tertinggi konten lainnya bulan agustus ..	11
<b>Gambar 2.1</b> Bagan teori S-O-R .....	18
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Dasar Pemikiran .....	30
<b>Gambar 4.1</b> Logo Netflix Indonesia .....	42
<b>Gambar 4.2</b> Profil Instagram @Netflixd .....	43
<b>Gambar 4.3</b> Konten informasi Instagram Netflix Indonesia.....	44
<b>Gambar 4.4</b> Konten meme Instagram Netflix Indonesia .....	44
<b>Gambar 4.5</b> Konten meme video .....	45
<b>Gambar 4.6</b> Konten meme gambar .....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Lembar Kuesioner.....	109
<b>Lampiran 2</b> Data Jawaban Responden.....	112
<b>Lampiran 3</b> Hasil Uji Validitas Variabel Konten Meme (X) .....	138
<b>Lampiran 4</b> Hasil Uji Validitas Variabel Online Engagement (Y).....	143
<b>Lampiran 5</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konten Meme (X).....	148
<b>Lampiran 6</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Online Engagement (Y).....	149
<b>Lampiran 7</b> Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	150
<b>Lampiran 8</b> Hasil Analisis Korelasi .....	151
<b>Lampiran 9</b> Lembar kartu bimbingan skripsi .....	152
<b>Lampiran 10</b> Hasil Turnitin .....	154
<b>Lampiran 11</b> Lembar Revisi.....	155