

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik konten meme yang terdiri atas kejelasan pesan, humor, intensitas emosional, dan interaksi merek pada citra merek. Responden penelitian ini adalah warga negara Indonesia yang berdomisili di pulau Jawa, pulau Sumatera, pulau Kalimantan dan merupakan konsumen Gramedia. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda yang dilakukan dengan program SPSS versi 23. Responden dalam penelitian ini berjumlah berjumlah 120 orang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kejelasan pesan, humor dan intensitas emosional berpengaruh positif terhadap citra merek. Di sisi lain, interaksi merek tidak berpengaruh positif terhadap citra merek. Berdasarkan hal ini, Gramedia sebagai sebuah *brand* yang menggunakan konten meme pada akun media sosial dapat melanjutkan penggunaan konten meme dengan memfokuskan konten meme yang memiliki karakteristik kejelasan pesan, humor, dan intensitas emosional karena dengan memfokuskan konten meme yang memiliki tiga karakteristik tersebut persepsi konsumen terhadap citra merek Gramedia dapat meningkat.

Kata kunci: konten meme, kejelasan pesan, humor, intensitas emosional, interaksi merek, citra merek.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of meme content characteristics consisting of message clarity, humor, emotional intensity, and brand interaction on brand image. The respondents of this study were Indonesian citizens who live in Java, Sumatra, and Kalimantan and are consumers of Gramedia. Data analysis in this study used multiple regression conducted with the SPSS version 23 program. The number of respondents in this study was 120 people.

The results of this study indicate that message clarity, humor and emotional intensity have a positive effect on brand image. On the other hand, brand interaction does not have a positive effect on brand image. Based on this, Gramedia as a brand that uses meme content on social media accounts can continue to use meme content by focusing on meme content that has the characteristics of message clarity, humor, and emotional intensity because by focusing on meme content that has these three characteristics, consumer perception of Gramedia's brand image can increase.

Keywords: meme content, message clarity, humor, emotional intensity, brand interaction, brand image.