



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**DAMPAK VIRALNYA MEME NASABAH PRIORITAS BCA
DI MEDIA SOSIAL TERHADAP BRAND REPUTATION**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
Disusun Oleh:
Fakhri Ariansyah Putra
1904421020

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JULI 2023



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**DAMPAK VIRALNYA MEME NASABAH PRIORITAS BCA
DI MEDIA SOSIAL TERHADAP BRAND REPUTATION**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan Akuntansi

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun Oleh:

Fakhri Ariansyah Putra
1904421020

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JULI 2023

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Skripsi Terapan ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi Terapan ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai etika ilmiah.

Nama : Fakhri Ariansyah Putra

NIM : 1904421020

Tanggal : 31 Juli 2023

Tanda Tangan :



Fakhri Ariansyah Putra



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama Penyusun : Fakhri Ariansyah Putra
Nomor Induk Mahasiswa : 1904421020
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / Keuangan dan Perbankan Terapan
Judul Skripsi : Dampak Viralnya Meme Nasabah Prioritas BCA
Di Media Sosial Terhadap Brand Reputation

Skripsi ini telah di bawah arahan dosen pembimbing dan berhasil dipertahankan dihadapan dewan penguji. Dengan demikian skripsi ini telah diterima sebagai bagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan di Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rodiana Listiawati, S.E., M.M.  (.....)

Anggota Penguji : Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.  (.....)

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 31 Juli 2023

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.

NIP. 196404151990032002



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Fakhri Ariansyah Putra
Nomor Induk Mahasiswa : 1904421020
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / Keuangan dan Perbankan Terapan
Judul Skripsi : Dampak Viralnya Meme Nasabah Prioritas BCA
Di Media Sosial Terhadap Brand Reputation

Disetujui Oleh,
Pembimbing

Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.

NIP.196211161992032001

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
Ketua Program Studi
Keuangan dan Perbankan Terapan

Heri Abrianto, S.E., M.M.

NIP. 196510051997021001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan rahmatnya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana terapan manajemen keuangan dan perbankan. Penulis bersyukur atas penyelesaian skripsi dengan baik yang berjudul “Dampak Viralnya Meme Nasabah Prioritas BCA Di Media Sosial Terhadap Brand Reputation”.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, motivasi, serta kritik dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini penulis ingin mengucapkan terima kasih antara lain kepada:

1. Bapak Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Jurusan Akuntansi.
4. Ibu Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan saran mengenai materi dan penulisan skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis terutama untuk program Keuangan dan Perbankan Terapan Politeknik Negeri Jakarta.
6. Kedua orang tua serta saudara, yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi dan bantuan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman seperbimbingan Ibu Tetty (Fonda, Gifti, Grace, Hersa, Mutiara, dan Najmi) yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi serta kritik dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman Program Studi Keuangan dan Perbankan angkatan 2019 dan Jurusan Akuntansi angkatan 2019 yang telah bersama-sama mengisi waktu

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perkuliahan dan saling mendoakan dan menguatkan untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Seluruh Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih adanya kekurangan dalam penyelesaian skripsi ini jauh dari kata sempurna oleh karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis dapatkan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran untuk membangun dan pengembangan ke arah yang lebih baik dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat dijadikan referensi jika pembaca membutuhkan.

Depok, 31 Juli 2023

Penulis

Fakhri Ariansyah Putra

NIM. 1904421020

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fakhri Ariansyah Putra
NIM : 1904421020
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi Terapan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“DAMPAK VIRALNYA MEME NASABAH PRIORITAS BCA DI MEDIA SOSIAL TERHADAP BRAND REPUTATION”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 31 Juli 2023

Yang menyatakan

Fakhri Ariansyah Putra

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Fakhri Ariansyah Putra

Keuangan dan Perbankan Terapan

“Dampak Viralnya Meme Nasabah Prioritas BCA Di Media Sosial Terhadap Brand Reputation”

ABSTRAK

Meme merupakan sarana komunikasi diinternet dalam bentuk gambar atau video yang berisi suatu ide atau persepsi dengan ciri khas dapat menyebar, bereplikasi, dan diremix untuk tujuan sindiran, parodi, kritik, atau menyampaikan argumen lainnya. Fenomena viralnya Meme nasabah prioritas BCA dimedia sosial merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan nasabah untuk menyampaikan argumennya mengenai penampilan dari seorang nasabah prioritas Bank BCA yang berpenampilan sederhana. Pada Meme ini secara tersirat ingin memperlihatkan bahwa terlepas dari penampilan nasabahnya, Bank BCA akan memberikan pelayanan terbaik dan pada akhirnya meningkatkan reputasi serta kepercayaan semua golongan nasabah. Sehubungan dengan viralnya Meme nasabah prioritas BCA secara tidak langsung menjadi opsi promosi baru untuk Bank BCA ditengah ketatnya persaingan perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang dampak penularan, daya ingat, dan penyebaran persepsi mengenai nasabah prioritas BCA yang ditimbulkan dari Meme ini. Serta bagaimana pengaruhnya terhadap reputasi Bank BCA dalam pelayanan nasabah prioritasnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data primer dari hasil pengisian kuesioner kepada 100 responden yang telah melihat Meme nasabah prioritas BCA. Teknik analisa pada penelitian ini menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Analysis Techniques (SEM-PLS) yang diolah menggunakan software SmartPLS versi 3. Hasil penelitian menunjukan dua variable yaitu Contagion dan Retention dalam Meme nasabah prioritas BCA berpengaruh positif terhadap reputation Bank BCA. Sementara itu, satu variabel lainnya yaitu Spread tidak berpengaruh. Sehingga, Bank BCA sebaiknya mempertimbangkan penggunaan Meme sebagai sarana promosi dimedia sosial. Karena berdasarkan penelitian Meme efektif untuk menularkan persepsi dan dapat tersimpan dalam memori sehingga mendorong peningkatan Brand Reputation suatu perusahaan.

Kata kunci: Meme, *Viral Marketing*, Nasabah Prioritas, *Social Contagion*, *Word of Mouth*



Fakhri Ariansyah Putra

Keuangan dan Perbankan Terapan

“THE IMPACT OF VIRAL BCA PRIORITY CUSTOMER MEMES ON SOCIAL MEDIA TO THE BRAND REPUTATION OF BANK BCA”

ABSTRACT

Memes are tools of internet communication through images or videos that contain an idea or perception with the characteristic of being able to spread, replicate, and remix for purposes of satire, parody, criticism, or conveying other arguments. The viral phenomena of BCA priority customer memes on social media is a form of communication by customers to convey their arguments about the appearance of a BCA Bank priority customer who has a low profile. This Meme implicitly wants to show that regardless of the customer's appearance, Bank BCA will provide the best service and ultimately improve the reputation and trust of all customer classes. In relation to the viral BCA priority customer meme, it indirectly becomes a new promotional option for Bank BCA in the midst of intense banking competition. This research aims to discuss the impact of contagion, retention, and the spread of perceptions about BCA's priority customers created by this Meme. Also, how it affects the reputation of BCA Bank in handling their priority customer services. This research uses quantitative methods with primary data sources from the results of filling out questionnaires to 100 respondents who have seen BCA priority customer memes. The analysis technique in this study uses Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Analysis Techniques (SEM-PLS) which is processed using SmartPLS software version 3. The results showed two variables, Contagion and Retention in BCA priority customer memes, had a positive effect on BCA Bank's reputation. Meanwhile, the Spread variable has no effect. Thus, Bank BCA should consider using Memes as a means of promotion on social media. Because based on research Memes are effective for transmitting perceptions and can be stored in memory so as to encourage an increase in a company's Brand Reputation.

Keywords: Meme, Viral Marketing, Priority Customer, Social Contagion, Word of Mouth

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Teori Meme	14
2.1.2. Teori Sosial Contagion	16
2.1.3. Teori Struktur dan Proses Memori	17
2.1.4. Teori Word of Mouth (WOM)	17
2.1.5. Teori Brand Reputation	19
2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Kerangka Pemikiran	23
2.4. Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.3 Metode Pengambilan Sampel	27

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian	28
3.5	Metode Pengumpulan Data	28
3.6	Variabel Operasional	29
3.7	Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Gambaran Umum Responden.....	37
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	37
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan dan Domisili ...	39
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan .	40
4.1.4	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	42
4.2	Hasil Uji SEM-PLS	44
4.2.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
4.2.2	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	48
4.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	51
4.3.1	Pengaruh Variabel Contagion Terhadap Brand Reputation.....	52
4.3.2	Pengaruh Variabel Retention Terhadap Brand Reputation.....	53
4.3.3	Pengaruh Variabel Spread Terhadap Brand Reputation	54
BAB V PENUTUP.....		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran Penelitian	57
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN.....		63



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Dana Pihak Ketiga Periode 2021-2022	8
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	30
Tabel 4.1 Tabel Deskriptif Variabel.....	42
Tabel 4.2 Nilai Loading Factor Seluruh Variabel.....	46
Tabel 4.3 Discriminant Validity.....	47
Tabel 4.4 Konstruk Reabilitas dan Validitas.....	48
Tabel 4.5 Nilai R Square Variabel Endogen.....	49
Tabel 4.6 Pengukuran Signifikansi Path Coefficient	51





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Meme Nasabah Prioritas BCA	2
Gambar 1.2 Scene Film Kungfu Hustle	2
Gambar 1.3 Komentar Meme Nasabah Prioritas BCA	3
Gambar 1.4 Komentar Meme Nasabah Prioritas BCA	4
Gambar 1.5 Penampilan Nasabah Prioritas BCA	4
Gambar 1.6 Penampilan Nasabah Prioritas BCA	5
Gambar 1.7 Modifikasi Meme Nasabah Prioritas BCA	5
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	13
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	37
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan dan Domisili	39
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan ...	41
Gambar 4.4 Pengujian Model Pengukuran Tahap 1	44
Gambar 4.5 Pengujian Model Pengukuran Tahap 2	45
Gambar 4.6 Hasil Analisis Bootstrapping.....	50



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2. Data Penelitian.....	71
Lampiran 3. Distribusi Pertanyaan.....	74





BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu bentuk komunikasi di media sosial adalah Meme (dibaca "mim") merupakan suatu konsep atau ide yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari berbentuk gambar, hyperlink, video, slogan, frasa, atau hashtag yang menyebar dari orang ke orang melalui internet (Dawkins, 2016). Internet adalah media yang ideal untuk penyebaran, replikasi, dan penyimpanan berbagai Meme. Sehingga dapat muncul diberbagai belahan dunia tanpa batas-batas geografis dan budaya. Tanpa adanya media internet yang dapat menyebarkan video, gambar, frasa, dan sebagainya, Meme tidak dapat berkembang sebagai jenis komunikasi online (Wiggins, 2019). Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Meme internet didefinisikan sebagai pesan remix, berulang yang dapat dengan cepat disebarkan oleh anggota budaya digital partisipatif untuk tujuan sindiran, parodi, kritik, atau aktivitas diskursif lainnya.

Meme telah berkembang dalam banyak bentuk yang mengangkat berbagai topik, ide, dan gagasan dari kehidupan sehari-hari. Salah satunya Meme dalam bidang perbankan yaitu Meme nasabah prioritas BCA. Persaingan di industri perbankan yang semakin meningkat sejak pemulihan dari krisis moneter tahun 1997-1998. Membuat Bank BCA harus menyiapkan strategi yang tepat agar dapat bersaing untuk memperebutkan pangsa pasar. Untuk itu, peningkatan kepuasan pelanggan mutlak dilakukan sebagai bagian strategi perusahaan.

Dalam kaitan ini, PT Bank Central Asia Tbk mengeluarkan Layanan BCA Prioritas, bentuk layanan yang diberikan kepada pangsa pasar premium. Segmen nasabah prioritas ini menjadi sangat penting bagi perusahaan, karena dana yang ditanamkan diperusahaan sangat besar. Mayoritas Nasabah prioritas Bank BCA berprofesi sebagai pengusaha atau pebisnis. Perilaku berpakaian mereka cenderung sederhana, sehingga dijadikan Meme oleh nasabah lainnya seperti gambar dibawah ini (Gambar 1.1). Meme ini kemudian diposting ke media sosial, yang akhirnya menjadi viral dan banyak diposting ulang serta direplikasi.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.1 Meme Nasabah Prioritas BCA
Sumber: Twitter (2023)



Gambar 1.2 Scene Film Kungfu Hustle
Sumber: Twitter (2023)

Meme ini berawal dari sebuah scene film Kung fu Hustle (Gambar 1.2) yang menampilkan seorang kakek berpenampilan sederhana duduk di sebuah ruangan mewah. Scene ini kemudian diedit dan diposting oleh para nasabah Bank BCA ke sosial media menjadi sebuah Meme seperti pada (Gambar 1.1). Hal ini karena para nasabah merasa Meme ini cocok untuk menggambarkan persepsi mereka mengenai penampilan dari seorang nasabah prioritas Bank BCA yang berpenampilan sederhana.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan hasil observasi di media sosial Twitter yang dilakukan pada tanggal 29 Maret 2023 menunjukkan salah satu akun @OHMYV3NUS yang memposting Meme tersebut telah diretweet sebanyak 667 kali, dikutip 80 kali, dan di like sebanyak 10.000 kali serta komentar sebanyak 80 kali. Pada comment section postingan tersebut sebagian besar menunjukkan tanggapan yang positif dari netizen yang dapat dilihat pada (Gambar 1.3) dan (Gambar 1.4). Isi dari komentar netizen tersebut menceritakan pengalaman mereka yang melihat nasabah prioritas yang berpenampilan sederhana tetapi tetap dilayani dengan baik. Hal ini sesuai dengan penggambaran yang ada pada Meme nasabah prioritas BCA.



Gambar 1.3 Komentar Meme Nasabah Prioritas BCA
Sumber: Twitter (2023)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.4 Komentar Meme Nasabah Prioritas BCA
Sumber: Twitter (2023)

Dalam postingan lain dimedia sosial TikTok dari akun @inCESS_0003 (Gambar 1.5) dan @shelwindharma (Gambar 1.6) menampilkan sebuah video memperlihatkan nasabah tersebut dilayani dengan baik walaupun penampilan mereka sederhana. Sehubungan dengan fenomena viralnya Meme nasabah prioritas BCA dimedia sosial. hal ini berpotensi menjadi sebuah promosi gratis untuk bank BCA karena proses berbagi oleh konsumen lebih efektif daripada upaya perusahaan untuk menyebarkan konten (Knossenburg et al., 2016).



Gambar 1.5 Penampilan Nasabah Prioritas BCA
Sumber: Twitter (2023)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.6 Penampilan Nasabah Prioritas BCA
Sumber: Twitter (2023)



Gambar 1.7 Modifikasi Meme Nasabah Prioritas BCA
Sumber: Twitter (2023)

Dalam buku *The Selfish Gene*, Richard Dawkins menjelaskan beberapa ciri khas dari Meme yaitu dapat menyebar, bereplikasi, dan dimodifikasi (Dawkins, 2016). Meme tersebut kemudian terus bereplikasi dan diremix hingga menjadi bentuk sindiran seperti pada (Gambar 1.7) untuk menggambarkan masyarakat umum yang memiliki gaji UMR tapi cenderung berpenampilan dan bergaya hidup boros, berbanding terbalik dengan nasabah prioritas BCA yang lebih memilih berpenampilan sederhana. Akhirnya Meme ini viral di internet khususnya di media sosial.

Pada Meme nasabah prioritas BCA menggambarkan persepsi mengenai penampilan dari seorang nasabah prioritas Bank BCA yang berpenampilan sederhana. Pada akhirnya Meme ini secara tersirat ingin memperlihatkan bahwa terlepas dari penampilan nasabahnya Bank BCA akan memberikan pelayanan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

terbaik dan pada akhirnya meningkatkan reputasi serta kepercayaan semua golongan nasabah. Suatu reputasi perusahaan akan menurun bila gagal dalam memenuhi apa yang disyaratkan pasar (Han et al., 2015). Memiliki reputasi yang baik memastikan pertumbuhan popularitas dari mulut ke mulut (Hennig-Thurau et al., 2004). Sebaliknya, kualitas produk yang kurang baik mungkin memiliki efek negatif dalam membangun reputasi merek (Selnes, 1993; Han et al., 2015).

Cara pemasaran menggunakan Meme viral dapat membantu perusahaan dalam menarik perhatian konsumen yang akhirnya dapat membentuk *Brand Reputation* di benak konsumen. *Brand reputation* merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, seperti kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan dirinya untuk dapat terus menciptakan hal-hal yang baru bagi pemenuhan kebutuhan konsumen (Han et al., 2015). Perusahaan dapat membangun berbagai macam reputasi, seperti reputasi kualitas, reputasi pemasaran, reputasi inovasi produk, dan lain sebagainya.

Kenaikan penggunaan massal Internet adalah pedang bermata dua yang memiliki sisi positif dan negatif. Di satu sisi, sebuah konten viral dapat menyebar secara global dengan mudah dan cepat, karena konsumen akan saling membagikan konten secara sukarela selayaknya virus atau bahkan epidemi. Di sisi lain, suatu konten viral menjadi kurang kuat dalam menargetkan konsumen yang diinginkan secara tepat karena penyebaran dan popularitas pesan bergantung pada konsumen daripada konten promosi konvensional yang cenderung dapat diarahkan perusahaan. Hal ini membuat perusahaan dalam memproduksi konten viral sering dianggap sebagai hal yang sulit untuk mencapai kesuksesan pemasaran (Knossenburg et al., 2016).

Terlepas dari sisi positif dan negatifnya, penggunaan konten Meme viral sebagai media promosi gratis memberikan kontribusi dalam meningkatkan *Brand Reputation*, disebabkan terjadinya proses penularan persepsi dari meme ini. Persepsi tersebut pada akhirnya tertanam dalam memori akibat seringnya seseorang terpapar Meme ini di sosial media. Jika seseorang dapat memahami dan menerima persepsi pada Meme, maka orang tersebut cenderung suka membagikan ulang Meme di media sosial. Dapat disimpulkan dari siklus hidup Meme terdapat 3 proses

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

utama yang akan menjadi variabel pada penelitian ini yaitu *Contagion* atau penularan, *Retention* atau penyimpanan ingatan, dan *Spread* atau penyebaran replika secara berulang (Murray et al., 2014).

Perilaku konsumen yang termotivasi untuk saling berbagi di media sosial mendorong terjadinya penularan (*Contagion*) emosi, ide, persepsi, dan pemikiran yang ada dalam Meme nasabah prioritas BCA. Seperti yang dijelaskan pada Teori Penularan Emosional mengklaim bahwa emosi dan suasana hati dapat dibagi diantara orang-orang dengan memaparkannya pada keadaan emosi Anda sendiri (Pugh, 2001; Knossenburg et al., 2016). Hal ini berlaku dalam komunikasi offline maupun online dengan berbagi konten positif dapat membantu meningkatkan mood orang lain. Sebaliknya, membagikan konten negatif dapat membuat orang sedih (Knossenburg et al., 2016). Sehingga dapat disimpulkan proses penularan (*Contagion*) Meme dapat dipengaruhi oleh emosi.

Pada Meme nasabah prioritas BCA seseorang yang sudah tertular atau terinfeksi selanjutnya akan menyimpan (*retention*) dari isi pesan atau persepsi yang terdapat pada Meme tersebut ke dalam ingatannya. Struktur ingatan dapat dibedakan menjadi tiga sistem, yaitu sistem ingatan sensorik, sistem ingatan jangka pendek, dan sistem ingatan jangka panjang. Sistem ingatan tersebut dikenal sebagai model paradigma Atkinson dan Shiffrin yang telah disempurnakan oleh Tulving dan Madigan (Bhinnety, 2008).

Penyebaran (*Spread*) pada Meme dapat dilakukan melalui proses *E-WOM*. Meme akan berperan sebagai media perantara yang berisi pesan saat proses pertukaran informasi dari orang ke orang lain. Electronic Word of Mouth (E-WOM) adalah Kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa (Kotler & Keller, 2009; Joesyiana, 2018). Terdapat beberapa indikator WOM, yaitu Membicarakan, Merekomendasikan, dan Mendorong (Babin et al., 2005).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas menunjukkan persaingan di industri perbankan semakin ketat. Dapat dilihat pada (Table 1) yang bersumber dari situs resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada laporan publikasi Bank umum Periode 2021-2022. Menampilkan data total DPK yang berhasil dikumpulkan oleh 5 bank besar yaitu Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI, dan Bank BTN selama tahun 2021-2022. Total DPK Bank BCA pada tahun 2022 menampilkan kinerja positif dengan kenaikan sebesar 5.86% dari tahun sebelumnya. Walaupun demikian, kinerja Bank BCA dalam menghimpun dana nasabah masih lebih rendah dibandingkan 3 bank lainnya. Bank Mandiri dengan kenaikan 16.26%, Bank BRI dengan kenaikan 15.33%, dan Bank BTN dengan kenaikan 8.77%.

Tabel 1.1 Total Dana Pihak Ketiga Periode 2021-2022
(Dalam Jutaan Rupiah)

No	Bank	Total Dana Pihak Ketiga (DPK)		
		2022	2021	Kenaikan/Penurunan
1	Bank BCA	Rp 1.023.659.603	Rp 966.983.564	5,86%
2	Bank Mandiri	Rp 1.193.164.326	Rp 1.026.297.272	16,26%
3	Bank BRI	Rp 1.300.775.618	Rp 1.127.848.716	15,33%
4	Bank BNI	Rp 762.794.602	Rp 729.547.155	4,56%
5	Bank BTN	Rp 321.937.316	Rp 295.975.826	8,77%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2023)

Karena persaingan yang semakin ketat mendorong Bank BCA untuk terus mengembangkan strategi dalam produk simpanannya. Untuk meningkatkan DPK nasabah prioritas merupakan salah satu segmen premium yang penting karena dana yang disimpan sangat besar. Pemasaran untuk segmen premium lebih mengutamakan terjalinnya hubungan salah satunya melalui proses personal selling. Personal selling didefinisikan sebagai interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain (Nickles, 1991; Wulandari, 2014).

Interaksi langsung dengan nasabah prioritas sangat penting untuk membangun hubungan berkelanjutan agar mencegah nasabah berpindah ke jasa bank lain. Sifat-sifat personal selling yaitu memiliki hubungan yang hidup, langsung dan interaktif antara dua orang atau lebih, Personal selling memungkinkan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

timbulnya berbagai jenis hubungan mulai dari hubungan penjualan sampai dengan hubungan persahabatan (Wulandari, 2014).

Penjualan secara personal selling akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu: Bank dapat langsung bertatap muka, memperoleh informasi langsung, dapat langsung mempengaruhi, memungkinkan hubungan terjalin akrab, memberikan pelayanan dan membuat situasi seolah-olah mengharuskan calon nasabah atau nasabah mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi bank (Kasmir, 2005; Wulandari, 2014). Disamping memiliki keuntungan, personal selling juga memiliki kerugian yaitu biaya operasi personal selling sangat tinggi dan sulit untuk merekrut tenaga penjual yang tepat, yang memenuhi persyaratan (Stanton & Lamarto, 1993; Wulandari, 2014).

Oleh karena itu, penting untuk bank BCA memiliki opsi marketing lainnya. Ditinjau dari hasil observasi pada media sosial Bank BCA promosi untuk segmen nasabah prioritas belum massif dilakukan. Kemunculan Meme nasabah prioritas BCA secara tidak langsung menjadi peluang promosi gratis. Pada penelitian ini, akan membahas lebih dalam tentang dampak penularan, daya ingat, dan penyebaran persepsi mengenai nasabah prioritas BCA yang ditimbulkan dari Meme ini. Serta bagaimana pengaruhnya terhadap reputasi Bank BCA dalam pelayanan nasabah prioritasnya. Dengan latar belakang, rumusan masalah dan beberapa aspek yang telah dipaparkan diatas maka penulis merasa penting mengangkat penelitian ini dengan judul **“Dampak Viralnya Meme Nasabah Prioritas BCA Di Media Sosial Terhadap Brand Reputation”**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang dan rumusan masalah penelitian di atas, maka akan muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh sifat *Contagion* dalam Meme nasabah prioritas BCA di media sosial terhadap brand reputation Bank BCA?
- 2) Bagaimana pengaruh sifat *Retention* dalam Meme nasabah prioritas BCA di media sosial terhadap brand reputation Bank BCA?
- 3) Bagaimana pengaruh sifat *Spread* dalam Meme nasabah prioritas BCA di media sosial terhadap brand reputation Bank BCA?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan yang didapat dalam penelitian ini adalah:

- 1) Menguji dan menganalisis pengaruh sifat *Contagion* dalam Meme nasabah prioritas BCA di media sosial terhadap brand reputation Bank BCA.
- 2) Menguji dan menganalisis pengaruh sifat *Retention* dalam Meme nasabah prioritas BCA di media sosial terhadap brand reputation Bank BCA.
- 3) Menguji dan menganalisis pengaruh sifat *Spread* dalam Meme nasabah prioritas BCA di media sosial terhadap brand reputation Bank BCA.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat atau berguna bagi berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut:

1) Bagi Penulis

Penelitian ini digunakan sebagai sarana untuk peneliti meningkatkan pengetahuan, pengalaman dan wawasan yang diharapkan dapat berguna untuk saat ini dan untuk dimasa depan nanti.

2) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan para pembaca tentang variabel yang diteliti serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

3) Bagi Pihak Bank

Penulis berharap dari hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi pihak bank agar dapat memanfaatkan Meme sebagai sarana promosi khususnya diplatform media sosial, sehingga promosi tersebut dapat berjalan lebih variatif, efektif, dan efisien dari sebelumnya.

1.6. Sistematika Penelitian

Untuk dapat memberikan deskripsi yang jelas tentang penulisan penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika pada penulisan yang berisi informasi mengenai materi-materi yang akan dibahas pada setiap bab. Berikut adalah susunan sistematika penulisan pada penelitian ini:

A. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab i menggambarkan latar belakang dan masalah apa yang melatarbelakangi topik ini sebagai objek penelitian dan judul penelitian, serta di bab ini dijelaskan tentang perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat, dan sistematika penulisan pada penelitian ini.

B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ii berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran dari penulis yang menjadi dasar penulisan penelitian ini. Dalam sub bab penelitian terdahulu dijelaskan lebih detail tentang penelitian sebelumnya yang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

menjadi acuan pada penelitian ini, sedangkan pada kerangka pemikiran berisi kerangka pemikiran yang bersifat teoritis.

C. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab iii terdiri dari sub bab jenis penelitian, objek penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data penelitian, serta metode analisis data yang dilakukan penulis untuk pengolahan data yang telah diperoleh.

D. BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab iv menjelaskan tentang hasil penelitian serta pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan. Bab ini juga menjelaskan analisis data dan interpretasi hasil dari penelitian ini dengan menggunakan uji-uji pada variabel penelitian.

E. BAB V PENUTUP

Pada bab v terdapat kesimpulan dan saran dari penelitian ini. Bab ini juga menjelaskan apa saja kesimpulan yang dapat diambil, serta saran bagi para pihak yang akan membuat penelitian selanjutnya sebagai referensi.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terhadap pengguna media sosial yang pernah melihat Meme nasabah prioritas BCA dan analisis pengaruh dari variabel Contagion, Retention, dan Spread pada Meme nasabah prioritas BCA. Dapat disimpulkan bahwa dari tiga variabel yang diteliti, dua variabel yaitu Contagion dan Retention berpengaruh positif terhadap reputasi Bank BCA. Contagion berpengaruh signifikan dengan nilai prob (0,000) lebih kecil dari alpha 5% dan besar coef 0,367. Sedangkan, Retention berpengaruh signifikan dengan nilai prob (0,001) lebih kecil dari alpha 5% dan besar coef 0,332. Hal ini sesuai dengan karakteristik Meme yang mudah untuk menginfeksi seseorang. Hal tersebut karena pesan yang terkandung dalam Meme dibuat secara sederhana sehingga mudah dipahami oleh orang lain yang melihatnya.

Pesan dalam Meme nasabah prioritas BCA berisi argumen positif tentang pelayanan Bank BCA yang tidak mendiskriminasi nasabah berdasarkan penampilan. Penulisan Meme nasabah prioritas BCA bertujuan mengubah pola pikir seseorang agar selaras dengan pesan yang terkandung dalam Meme tersebut. Meme nasabah prioritas BCA yang dibuat pada akhirnya memberikan kesan unik dan ikonik sehingga membuat pesan dalam Meme ini mudah untuk tersimpan dalam ingatan seseorang. Secara tidak langsung efek dari Meme nasabah prioritas BCA dapat meningkatkan reputasi Bank BCA.

Sementara itu, satu variabel lainnya tidak berpengaruh terhadap reputasi Bank BCA. Variabel tersebut adalah Spread atau penyebaran pada Meme nasabah prioritas BCA dengan nilai prob (0,711) lebih besar dari alpha 5% dan besar coef 0,037. Proses penyebaran pada Meme ini tidak berjalan dengan baik dikarenakan beberapa hambatan seperti foto/gambar yang digunakan rentan terkena klaim hak cipta, rendahnya motivasi untuk menyebarkan Meme karena dirasa tidak memberikan manfaat apapun selain sebatas hiburan, dan munculnya pandangan buruk masyarakat tentang Meme. Oleh karena itu, Bank BCA perlu merumuskan strategi yang tepat dalam menyikapi dan memanfaatkan kemunculan Meme nasabah prioritas BCA.



5.2 Saran Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan, peneliti memiliki beberapa saran yang ingin disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Bank BCA

Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan pemahaman tentang efek yang ditimbulkan Meme nasabah prioritas BCA. Sifat Contagion dan Retention dalam Meme efektif dalam meningkatkan reputasi Bank BCA. Oleh karena itu, Bank BCA perlu memanfaatkan momentum kemunculan Meme ini dengan baik sebagai sarana promosi untuk meningkatkan citra dan nama baik perusahaan. Walaupun proses Spread atau penyebaran Meme nasabah prioritas BCA kurang efektif dikarenakan masalah hak cipta dan rendahnya motivasi untuk menyebarkan Meme ini. Hal tersebut masih dapat diminimalisir dengan memodifikasi bentuk Meme agar terhindar dari masalah Hak cipta dan mengkombinasikan Meme dengan strategi promosi lain. Contohnya seperti memberikan insentif dalam bentuk point atau diskon kepada nasabah bila membagikan Meme nasabah prioritas BCA sehingga dapat mengatasi rendahnya penyebaran Meme ini dan memperbaiki pandangan masyarakat tentang Meme.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini berfokus pada sifat dan siklus hidup Meme nasabah prioritas BCA dalam mempengaruhi reputasi Bank BCA, namun penelitian selanjutnya memiliki potensi untuk menambahkan variabel lain. Karena reputasi suatu Bank di media sosial dipengaruhi oleh banyak faktor lain contohnya seperti public relation, search engine optimization (SEO) dan lainnya. Dengan menambahkan variabel lain diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih komprehensif mengenai reputasi Bank di media sosial.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode penelitian kuantitatif*. Aswaja pressindo.
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). Kecanduan Media Sosial (FoMO) Pada Generasi Milenial. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(01), 86–106.
- Akmal, H., & Saputra, Y. E. (2016). Analisis tingkat literasi keuangan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 235–244.
- Allifiansyah, S. (2016). Kaum muda, meme, dan demokrasi digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 151–164.
- Andreassen, T. W. (1994). Satisfaction, loyalty and reputation as indicators of customer orientation in the public sector. *International Journal of Public Sector Management*, 7(2), 16–34.
- Asiati, D. I., & Septadiyanto, S. (2019). Karakteristik pengguna media sosial. *Mbia*, 17(3), 25–36.
- Babin, B. J., Lee, Y., Kim, E., & Griffin, M. (2005). Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth: restaurant patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*.
- Bhinnety, M. (2008). Struktur dan proses memori. *Buletin Psikologi*, 16(2).
- Bilgicer, T., Jedidi, K., Lehmann, D. R., & Neslin, S. A. (2015). Social contagion and customer adoption of new sales channels. *Journal of Retailing*, 91(2), 254–271.
- Bjarneskans, H., Grønnevik, B., & Sandberg, A. (1999). *The lifecycle of memes*. Citeseer.
- Burgess, L. G., Riddell, P. M., Fancourt, A., & Murayama, K. (2018). The influence of social contagion within education: A motivational perspective. *Mind, Brain, and Education*, 12(4), 164–174.
- Bury, B. (2016). Creative use of internet memes in advertising. *World Scientific News*, 57.
- Chu, S.-C., & Kim, Y. (2011). Determinants of consumer engagement in electronic word-of-mouth (eWOM) in social networking sites. *International Journal of Advertising*, 30(1), 47–75.
- Damayanti, R. (2019). *Pemaknaan Pragmatik dalam Teks Meme di Instagram*.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Dawkins, R. (2016). *The selfish gene*. Oxford university press.
- Degoey, P. (2000). Contagious justice: Exploring the social construction of justice in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 22, 51–102.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, 17(1), 1–7.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., & Krishen, A. S. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
- Evita, N., & Mukhaer, A. A. (2022). Evaluasi Komunikasi dan Literasi Digital Warga Jakarta dalam Implementasi Society 5.0. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2), 172–186.
- Fauzi, A. (2016). Pengaruh karakteristik merek, karakteristik perusahaan dan karakteristik pelanggan-merek terhadap loyalitas merek (Studi pada Pengguna Smartphone Android Advan di Purworejo). *SEGMEN: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1A).
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation Quotient SM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of Brand Management*, 7, 241–255.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Goldstein, N. J., & Cialdini, R. B. (2009). *Normative influences on consumption and conservation behaviors*.
- Guadagno, R. E., Cialdini, R. B., & Evron, G. (2010). Storming the servers: A social psychological analysis of the first internet war. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 447–453.
- Guadagno, R. E., Rempala, D. M., Murphy, S., & Okdie, B. M. (2013). What makes a video go viral? An analysis of emotional contagion and Internet memes. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2312–2319.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019a). Structural equation modeling (SEM) berbasis varian: Konsep dasar dan aplikasi dengan program SmartPLS 3.2. 8 dalam riset bisnis. *PT Inkubator Penulis Indonesia*.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019b). Structural equation modeling (SEM) berbasis varian: Konsep dasar dan aplikasi dengan program SmartPLS 3.2. 8 dalam riset bisnis. *PT Inkubator Penulis Indonesia*.
- Han, S. H., Nguyen, B., & Lee, T. J. (2015). Consumer-based chain restaurant brand equity, brand reputation, and brand trust. *International Journal of Hospitality Management*, 50, 84–93.
- Hapsari, D. R. (2016). Peran jaringan komunikasi dalam gerakan sosial untuk pelestarian lingkungan hidup. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(1), 25–36.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada media online shop shopee di pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1), 71–85.
- Knossenburg, Y., Nogueira, R., & Chimenti, P. (2016). Contagious content: Viral video ads identification of content characteristics that help online video advertisements go viral. *Knossenburg, Y., Nogueira, R., & Chimenti, P.(2016). Contagious Content: Viral Video Ads Identification of Content Characteristics That Help Online Video Advertisements Go Viral. Revista Brasileira De Marketing*, 15(4).
- Langley, D. J., Bijmolt, T. H. A., Ortt, J. R., & Pals, N. (2012). Determinants of social contagion during new product adoption. *Journal of Product Innovation Management*, 29(4), 623–638.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty. *Journal of Market-Focused Management*, 4, 341–370.
- Lekhanya, L. M. (2014). The impact of viral marketing on corporate brand reputation. *The International Business & Economic Research Journal (Online)*.
- Lubis, E. E. (2014). Potret media sosial dan perempuan. *Jurnal Paralela*, 1(2), 97–106.
- Makhortykh, M., & González Aguilar, J. M. (2020). Memory, politics and emotions: Internet memes and protests in Venezuela and Ukraine. *Continuum*, 34(3), 342–362.
- Muri, Y. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan. *Jakarta: Kencana*, 6(1), 338.
- Murray, N., Manrai, A., & Manrai, L. (2014a). Memes, memetics and marketing: A state-of-the-art review and a lifecycle model of meme management in advertising. *The Routledge Companion to the Future of Marketing*, 366–382.
- Murray, N., Manrai, A., & Manrai, L. (2014b). Memes, memetics and marketing: A state-of-the-art review and a lifecycle model of meme management in advertising. *The Routledge Companion to the Future of Marketing*, 366–382.
- Peterson, L., & Peterson, M. J. (1959). Short-term retention of individual verbal items. *Journal of Experimental Psychology*, 58(3), 193.
- Pujiono, A. (2021). Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1–19.
- Puspitaningtyas, Z., & Kurniawan, A. W. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. *Yogyakarta: Pandida Buku*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Rastati, R. (2018). Media literasi bagi digital natives: perspektif generasi Z di Jakarta. *Kwangsan: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 6(1), 60–73.
- Renata, M. (2014). MENGGUNAKAN “MEME” DALAM WORD OF MOUTH (WOM) UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Competence: Journal of Management Studies*, 8(2).
- Sankaran, V. S., & Kannan, N. (2016). Increasing brand reputation through viral marketing. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development (IJSMMRD)*, 6(1), 1–8.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Simic Brønn, P. (2007). Relationship outcomes as determinants of reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(4), 376–393.
- Solso, R. L., & Massaro, D. W. (1995). *The science of the mind: 2001 and beyond*. Oxford University Press on Demand.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Susanti, N., & Harini, S. E. S. G. (2018). Pengaruh Diversifikasi Gender, Umur, Tenure Dan Pendidikan Terhadap profitabilitas Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic and Economic Education Vol*, 6(2), 192–206.
- Widowati, A. S., & Mustikawati, R. R. I. (2018). Pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(2), 141–156.
- Wiggins, B. E. (2019a). *The discursive power of memes in digital culture: Ideology, semiotics, and intertextuality*. Routledge.
- Wiggins, B. E. (2019b). *The discursive power of memes in digital culture: Ideology, semiotics, and intertextuality*. Routledge.
- Williams, M., Buttle, F., & Biggemann, S. (2012). Relating word-of-mouth to corporate reputation. *Public Communication Review*, 2(2).
- Williams, R. (2000). The business of memes: memetic possibilities for marketing and management. *Management Decision*.
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone.
- Wulandari, E. P. (2014). Pengaruh Biaya Periklanan dan Personal Selling Terhadap Penjualan Deposito Pada Bank Muamalat Indonesia Tulungagung. *Iain Tulungagung Research Collections*, 1(1), 98–118.

Zuhdi, S., & Saputro, D. R. S. (2016). MASALAH NILAI AWAL ITERASI NEWTON RAPHSON UNTUK ESTIMASI PARAMETER MODEL REGRESI LOGISTIK ORDINAL TERBOBOTI GEOGRAFIS (RLOTG). *Prosiding Seminar Nasional Matematika Dan Pendidikan Matematika*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Para responden

Perkenalkan Saya Fakhri Ariansyah Putra, Mahasiswa Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. Saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “Dampak Viralnya Meme Nasabah Prioritas BCA Di Media Sosial Terhadap Brand Reputation”.

Oleh karena itu, Saya mohon ketersediaan para responden untuk dapat meluangkan waktu dan mengisi kuesioner dengan jujur dan benar, agar informasi yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan. Informasi yang diterima dari kuesioner ini bersifat rahasia dan saya menjamin kerahasiaan identitas responden dan hasil kuesioner tersebut. Atas Perhatian dan bantuan para responden, saya ucapkan terima kasih.

Jika ada informasi yang sekiranya kurang jelas dan ingin ditanyakan, silahkan menghubungi peneliti melalui kontak di bawah ini.

e-mail: fakhri.ariansyahputra.ak19@mhs.w.pnj.ac.id

Terima kasih.



Hormat Saya,
Fakhri Ariansyah Putra



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

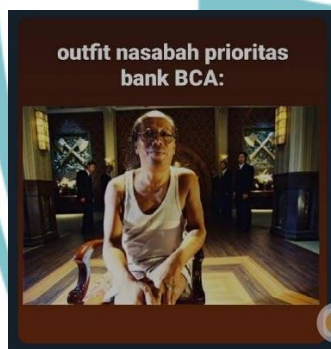
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(Lanjutan)

Berikut merupakan penjelasan singkat serta visualisasi Meme Nasabah Prioritas BCA:

Pada gambar dibawah ini merupakan meme nasabah prioritas bca yang menjadi objek pada penelitian ini. Meme ini bermula dari sebuah scene film Kung fu Hustle yang menampilkan seorang kakek berpenampilan sederhana duduk disebuah ruangan mewah. scene pun dibuat meme oleh netizen yang merasakan kemiripan dengan penampilan para nasabah prioritas BCA. Para nasabah prioritas bca sendiri mayoritas berprofesi sebagai pengusaha dan perilaku berpakaian mereka cenderung sederhana. Meme yang dibuat netizen ini pun kemudian viral dan banyak dimodifikasi menjadi berbagai versi dengan tujuan yang berbeda.

- Meme Nasabah Prioritas BCA (Versi 1)



- Meme Nasabah Prioritas BCA (Versi 2)



- Meme Nasabah Prioritas BCA (Versi 3)

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



(Lanjutan)



Cara Menjawab Kuesioner

1. Dimohon untuk membaca setiap pernyataan dengan teliti dan benar.
2. Dimohon agar menjawab setiap pernyataan yang terdapat dalam kuesioner.
3. Pilihlah jawaban yang paling sesuai pada kotak yang disediakan sesuai dengan apa yang Anda rasakan.
4. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pernyataan ini.

I. Pertanyaan Penyaringan (*Screening Question*)

1. Apakah anda adalah pengguna media sosial Twitter/Instagram/TikTok??
 - a. Ya
 - b. Tidak

Jika anda menjawab "Ya" silahkan lanjutkan ke pertanyaan berikutnya

Jika anda menjawab "Tidak" berhenti sampai disini dan terima kasih.

2. Apakah anda pernah melihat Meme nasabah prioritas BCA?
 - a. Pernah
 - b. Tidak Pernah

Jika anda menjawab "Pernah" silahkan lanjutkan ke pertanyaan berikutnya

Jika anda menjawab "Tidak Pernah" berhenti sampai disini dan terima kasih.

II. Pertanyaan Profil (*Profile Question*)

Berikut adalah pertanyaan terkait profil responden. Diharapkan untuk menjawab setiap pertanyaan dengan jujur dan benar. Data yang diberikan pada kuesioner ini akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(Lanjutan)

No.	Keterangan	Jenis Isian
1.	Nama Responden	Isi/Tulis Manual (...)
2.	Jenis Kelamin	a. Laki-Laki b. Perempuan
3.	Usia	Isi/Tulis Manual (...)
4.	Domisili	a. Jakarta b. Bogor c. Depok d. Tangerang e. Bekasi f. Lainnya (...)
5.	Pendidikan Terakhir	a. SMA/Sederajat b. Diploma (D1, D2, D3) c. Sarjana (S1, S.Tr) d. Pascasarjana (S2, S3) e. Lainnya (...)
6.	Pekerjaan	a. Pelajar/Mahasiswa b. Karyawan Swasta c. Wirausaha d. Pegawai Negeri e. Lainnya (...)
7.	Institusi / Nama tempat anda bekerja	Isi/Tulis Manual (...)
8.	Penghasilan Selama Sebulan	a. < Rp 2.000.000 b. Rp 2.000.001 - Rp 5.000.000 c. Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000 d. Rp 10.000.001 - Rp 15.000.000 e. > Rp 15.000.000

III. Pertanyaan Indikator Penelitian

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan apa yang Anda rasakan. Adapun kriteria jawaban adalah sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(Lanjutan)

Variabel X1 Contagion (Penularan) Meme

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa terhibur ketika melihat Meme nasabah prioritas BCA yang dibagikan orang lain dimedia sosial.					
2.	Saya merasa senang ketika melihat Meme nasabah prioritas BCA yang dibagikan orang lain dimedia sosial.					
3.	Saya memberikan feedback berupa “like” pada Meme nasabah prioritas BCA yang dibagikan dimedia sosial.					
4.	Saya memberikan feedback berupa “comment” pada Meme nasabah prioritas BCA yang dibagikan dimedia sosial.					
5.	Saya mengerti maksud dari Meme nasabah prioritas BCA.					
6.	Saya memahami dengan tepat pesan yang terkandung dalam Meme nasabah prioritas BCA.					
7.	Durasi penyebaran Meme nasabah prioritas BCA dimedia sosial cukup Panjang.					
8.	Meme nasabah prioritas BCA dapat menjadi trending topic dimedia sosial.					

Variabel X2 Retention (Penyimpanan Ingatan) Meme

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sangat tertarik ketika pertama kali melihat Meme nasabah prioritas BCA.					
2.	Saya langsung dapat mengingat Meme nasabah prioritas BCA ketika pertama kali melihatnya.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(Lanjutan)

3.	Saya dapat mengingat kembali Meme nasabah prioritas BCA apabila diberikan petunjuk berupa tampilan visual.					
4.	Ketika saya memikirkan tentang Bank BCA maka akan teringat tentang Meme nasabah prioritas BCA.					
5.	Saya dapat mengingat kembali Meme nasabah prioritas BCA tanpa diberikan petunjuk apapun.					

Variabel X3 Spread (Penyebaran) Meme

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mendiskusikan tentang Meme nasabah prioritas BCA yang beredar dimedia sosial dengan orang terdekat.					
2.	Saya membagikan ulang Meme nasabah prioritas BCA dimedia sosial.					
3.	Saya mengedit Meme nasabah prioritas BCA menjadi suatu Meme yang baru.					
4.	Saya mendorong orang lain untuk melihat Meme nasabah prioritas BCA dimedia sosial.					
5.	Saya mendorong orang lain untuk membagikan Meme nasabah prioritas BCA dimedia sosial.					

Variabel Y Brand Reputation

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Meme nasabah prioritas BCA menimbulkan penilaian positif tentang Bank BCA.					
2.	Meme nasabah prioritas BCA meningkatkan kepercayaan saya pada reputasi Bank BCA.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(Lanjutan)

3.	Meme nasabah prioritas BCA membuat saya kagum terhadap pelayanan Bank BCA yang melayani tanpa memandang penampilan seseorang.					
4.	Meme nasabah prioritas BCA membuat saya respek terhadap pelayanan Bank BCA yang melayani tanpa memandang penampilan seseorang.					
5.	Ketika melihat Meme nasabah prioritas BCA saya merasa akan diberikan layanan yang berkualitas.					
6.	Ketika melihat Meme nasabah prioritas BCA saya merasa akan diberikan produk yang berkualitas.					
7.	Meme nasabah prioritas BCA membuat saya merasa bahwa karyawan Bank BCA melayani nasabah dengan profesional.					
8.	Meme nasabah prioritas BCA menggambarkan lingkungan yang humanis (Mengutamakan Rasa Kemanusiaan).					

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3. Distribusi Pertanyaan

Variabel Contagion

Pertanyaan	Frekuensi					Rata-rata
	1	2	3	4	5	
1. Saya merasa terhibur ketika melihat Meme nasabah prioritas BCA yang dibagikan orang lain dimedia sosial.	0	1	4	80	65	4.39
2. Saya merasa senang ketika melihat Meme nasabah prioritas BCA yang dibagikan orang lain dimedia sosial.	0	2	19	81	48	4.17
3. Saya memberikan feedback berupa "like" pada Meme nasabah prioritas BCA yang dibagikan dimedia sosial.	0	6	16	62	66	4.25
4. Saya memberikan feedback berupa "comment" pada Meme nasabah prioritas BCA yang dibagikan dimedia sosial.	7	24	37	50	32	3.51
5. Saya mengerti maksud dari Meme nasabah prioritas BCA.	1	2	10	67	70	4.35
6. Saya memahami dengan tepat pesan yang terkandung dalam Meme nasabah prioritas BCA.	1	1	4	75	69	4.40
7. Durasi penyebaran Meme nasabah prioritas BCA dimedia sosial cukup Panjang.	1	7	33	73	36	3.91
8. Meme nasabah prioritas BCA dapat menjadi trending topic dimedia sosial.	0	3	14	72	61	4.27

Variabel Retention

Pertanyaan	Frekuensi					Rata-rata
	1	2	3	4	5	
1. saya sangat tertarik ketika pertama kali melihat Meme nasabah prioritas BCA.	0	4	19	74	53	4.17
2. Saya langsung dapat mengingat Meme nasabah prioritas BCA ketika pertama kali melihatnya.	0	4	11	71	64	4.30
3. Saya dapat mengingat kembali Meme nasabah prioritas BCA apabila diberikan petunjuk berupa tampilan visual.	0	3	9	84	54	4.26
4. Ketika saya memikirkan tentang Bank BCA maka akan teringat tentang Meme nasabah prioritas BCA.	3	10	16	69	52	4.05
5. Saya dapat mengingat kembali Meme nasabah prioritas BCA tanpa diberikan petunjuk apapun.	7	7	18	73	45	3.95



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(Lanjutan)

Variabel Spread

Pertanyaan	Frekuensi					Rata-rata
	1	2	3	4	5	
1. Saya mendiskusikan tentang Meme nasabah prioritas BCA yang beredar dimedia sosial dengan orang terdekat.	4	17	22	71	36	3.79
2. Saya membagikan ulang Meme nasabah prioritas BCA dimedia sosial.	7	20	29	61	33	3.62
3. Saya mengedit Meme nasabah prioritas BCA menjadi suatu Meme yang baru.	26	36	22	44	22	3.00
4. Saya mendorong orang lain untuk melihat Meme nasabah prioritas BCA dimedia sosial.	3	14	29	69	35	3.79
5. Saya mendorong orang lain untuk membagikan Meme nasabah prioritas BCA dimedia sosial.	10	29	29	52	30	3.42

Variabel Brand Reputation

Pertanyaan	Frekuensi					Rata-rata
	1	2	3	4	5	
1. Meme nasabah prioritas BCA menimbulkan penilaian positif tentang Bank BCA.	0	2	22	71	55	4.19
2. Meme nasabah prioritas BCA meningkatkan kepercayaan saya pada reputasi Bank BCA.	0	7	14	79	50	4.15
3. Meme nasabah prioritas BCA membuat saya kagum terhadap pelayanan Bank BCA yang melayani tanpa memandang penampilan seseorang.	1	6	14	63	66	4.25
4. Meme nasabah prioritas BCA membuat saya respek terhadap pelayanan Bank BCA yang melayani tanpa memandang penampilan seseorang.	1	2	13	67	67	4.31
5. Ketika melihat Meme nasabah prioritas BCA saya merasa akan diberikan layanan yang berkualitas.	1	3	17	75	54	4.19
6. Ketika melihat Meme nasabah prioritas BCA saya merasa akan diberikan produk yang berkualitas.	0	4	14	82	50	4.19
7. Meme nasabah prioritas BCA membuat saya merasa bahwa karyawan Bank BCA melayani nasabah dengan profesional.	1	1	13	71	64	4.31
8. Meme nasabah prioritas BCA menggambarkan lingkungan yang humanis (Mengutamakan Rasa Kemanusiaan).	0	3	9	75	63	4.32

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

