

ABSTRAK

Sejak kemunculannya, meme telah menjadi salah satu bagian besar bagi media sosial. Banyak jenis meme yang mulai menghiasi media sosial seperti meme motivasi, meme politik dan lainnya yang membuat meme semakin populer dan dikenal seluruh masyarakat terutama Generasi Z. Hal ini kemudian membuat meme melahirkan sebuah jenis baru atau bentuk lain yang disebut sebagai meme *marketing*. Meme *marketing* merupakan penerapan promosi produk atau layanan menggunakan sebuah meme, fenomena internet yang melibatkan potongan viral dari konten buatan pengguna, termasuk gambar, artikel dan audio. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bentuk penggunaan meme dalam konten pemasaran yang di analisis melalui tiga elemen Limor Shifman (2014) yaitu bentuk (*form*), konten (*content*) dan sikap (*stance*) serta bagaimana akun Instagram @netflixid menggunakan meme sebagai bentuk pemasaran digital mereka. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang didukung oleh paradigma strukturalisme dimana diharapkan penelitian ini dapat menggambarkan dan menjelaskan meme *marketing* akun Instagram @netflixid sebagai bentuk alternatif pemasaran digital. Hasil penelitian ini didapatkan tiga tema meme *marketing* pada akun Instagram @netflixid yaitu tema sosial, tema dialog dari film/*series* Netflix dan tema tokoh dan film/*series* Netflix. Meme *marketing* @netflixid didominasi oleh meme buatan sendiri dimana kreator meme menggunakan produknya sebagai objek dalam meme tersebut.

Kata kunci : meme *marketing*, pemasaran digital, analisis konten, media sosial *marketing*