

## ABSTRAK

Lahirnya budaya digital pada era internet mengintegrasikan dunia maya dan nyata sebagai bentuk kolaborasi manusia dan teknologi melahirkan meme internet sebagai bentuk interaksi dan komunikasi baru. Komunikasi dengan iklan meme penggunaannya beragam salah satunya digunakan sebagai iklan. Iklan meme digunakan dengan berbagai macam tujuan. Tujuan seperti kepentingan komersial politik, ide dsb. Sejak 2017 Pop Mie adalah *brand* mie instan yang menggunakan iklan meme sebagai iklan komersial yang dapat dikomunikasikan pada media sosialnya. *Brand* merupakan proses diferensiasi suatu produk terhadap produk lain, salah satu capaian komunikasi *brand* ialah persepsi. Iklan meme Pop Mie merupakan bentuk iklan persuasi aktif kepada audiens di media sosial. Tetapi bagaimanakah penggunaan meme yang merupakan aset publik digunakan sebagai media iklan dan bagaimanakah peran meme dalam menciptakan persepsi dalam aktivitas komunikasi suatu *brand*, lalu terdapat beberapa kasus penuntutan yang dilakukan oleh kreator meme kepada pihak yang menggunakan meme ciptaan mereka sebagai kepentingan komersial. Penelitian ini merupakan penelitian objek visual berbasis kualitatif secara deskriptif. Menggunakan metode analisis yang mengadopsi tahapan morfologi estetika milik Feldman yang terdiri dari deskripsi visual, analisis formal, interpretasi dan penilaian. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan studi literatur. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga unsur yang diperhatikan dalam penggunaan meme yaitu unsur konten, bentuk dan sifat. Dalam menciptakan persepsi meme mampu memenuhi segala faktor penilaian terkecuali faktor dikenali, terdapat tiga aspek dalam hak cipta meme yaitu penggunaan wajar, pelanggaran hak cipta dan tidak melanggar hak cipta. Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pembaruan keilmuan desain dalam analisis meme khususnya dibidang komunikasi visual dan rekomendasi strategi penggunaan meme sebagai media untuk praktisi periklanan.

**Kata Kunci:** Iklan Meme, Komunikasi *Brand*, Hak Cipta.