

Tren 'Barbenheimer' di X: Gimmick Marketing atau Ekspresi Kreatif? Analisis Konten tentang pengaruh Meme pada film Barbie dan Oppenheimer = âBarbenheimerâ Trend on X: Gimmick Marketing or Creative Expression? A Content Analysis of the influence of Memes on the Barbie and Oppenheimer movies

Syifa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920541143&lokasi=lokal>

Abstrak

Fenomena 'Barbenheimer' yang muncul di X pada tahun 2023 merupakan tren meme yang memengaruhi persepsi dan minat pengguna terhadap film Barbie dan Oppenheimer. Meme ini menciptakan gelombang viral dengan mengeksploitasi kontras antara kedua film tersebut. Melalui analisis kualitatif terhadap tweet, penelitian ini mengungkap peran meme dalam memicu respons komedi, mempromosikan kedua film, dan menciptakan pemasaran viral. Tren 'Barbenheimer' memberikan dampak positif bagi industri bioskop dengan meningkatkan kunjungan dan memperkenalkan konsep double feature. Namun, fenomena ini juga menimbulkan kontroversi, terutama di Jepang, yang menyoroti potensi konsekuensi negatif ketika humor membahas topik-topik yang sensitif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam tren 'Barbenheimer', dengan fokus pada persepsi dan reaksi publik, keterlibatan dengan film Barbie dan Oppenheimer, serta peran meme dalam pemasaran. Penelitian ini menyoroti kekuatan pemasaran digital melalui media sosial sambil mengenali tantangan dalam konteks global yang beragam.

The 'Barbenheimer' phenomenon that appeared on X in 2023 is a meme trend influencing users' perception and interest in *Barbie* and *Oppenheimer* movies. This meme created viral waves by exploiting the contrast between the two movies. Through qualitative analysis of tweets, this research reveals the role of memes in triggering comedic responses, promoting both movies, and creating viral marketing. The 'Barbenheimer' trend positively impacted the cinema industry by increasing visits and introducing the double feature concept. However, this phenomenon has also caused controversy, especially in Japan, highlighting the potential for negative consequences when humor addresses sensitive topics. This study aims to deeply understand the 'Barbenheimer' trend, focusing on public perception and reaction, engagement with the *Barbie* and *Oppenheimer* movies, the role of memes in marketing. This research highlights the power of digital marketing through social media while recognizing the challenges in diverse global contexts.