

**ANALISIS *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERKAIT
PERNYATAAN ABIDZAR DALAM PROMOSI FILM *A BUSINESS*
PROPOSAL VERSI INDONESIA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.Ikom)**



NAZLA AMIRA

1211003144

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil milik saya sendiri, dan sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Nazla Amira

NIM : 1211003144

Tanda Tangan : 

Jakarta, 10 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nazla Amira
NIM : 1211003144
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis *Electronic Word of Mouth* Terkait Pernyataan
Abidzar dalam Promosi Film *A Business Proposal* versi
Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan Diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dan Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Fitri Argarini, B.Arts




Pembahas 1 : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A

Pembahas 2 : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si


02/09/2025

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal: 1 September 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis *Electronic Word of Mouth* Terkait Pernyataan Abidzar dalam Promosi Film *Business Proposal*” ini dengan baik. Skripsi ini penulis susun sebagai pemenuhan syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, tahun 2025. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin penulis selesaikan tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan yang penulis dapatkan dari beberapa pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, melalui pengantar ini, penulis dengan tulus ingin mengucapkan rasa terima kasih penulis kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberi penulis kesehatan, kelancaran, kekuatan serta kebahagiaan untuk penulis menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua tersayang, Ayah Maskur dan Bunda Yuli, Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun ayah dan bunda tidak sempat merasakan pendidikan dibangku kuliah, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral dan finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat ayah dan bunda bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan pertamanya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga ayah dan bunda sehat selalu, panjang umur, serta bisa menyaksikan keberhasilan penulis di masa depan.
3. Adik perempuan penulis, Safina Putri Razita dan Humairah Khansaa Zharifah yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama penyusunan skripsi dan membuat penulis termotivasi untuk terus belajar menjadi kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam akademik maupun *non-akademik*.
4. Dr. Fitri Argarini, B.Arts, selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk masukan dan saran dalam proses penyusunan skripsi serta telah meluangkan waktu dalam membimbing penulis menyelesaikan tugas akhir.

Terima kasih untuk kesabaran, dukungan penuh, memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.

5. Teman-teman penulis, Nae, Kia, Vinzka, Putri, Rani, Fira, Adal, dan Kak Narti yang telah banyak membantu penulis baik tenaga, ilmu, dan waktu selama proses penyusunan skripsi. Dukungan dan semangat kalian menjadi bagian yang sangat berarti dalam proses ini.
6. Kepada member BABYMONSTER, Ruka, Ahyoen, Rami, Chiquita, Rora, Asa, dan Pharita. Terima kasih telah menjadi sumber kebahagiaan penulis dengan berbagai kontennya dan telah menemani penulis dalam proses penulisan skripsi melalui lagu-lagunya.
7. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri, Nazla Amira karena tidak menyerah dan telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih sudah berusaha sebaik mungkin, mau terus belajar dan sabar dalam menghadapi berbagai rintangan. Terima kasih sudah tetap kuat dan bertahan hingga saat ini.

Jakarta, 10 Agustus 2025

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nazla Amira', with a large, stylized loop at the beginning and a long, sweeping underline.

Nazla Amira

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nazla Amira
NIM : 1211003144
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

***Analisis Electronic Word of Mouth* Terkait Pernyataan Abidzar
dalam Promosi Film *A Business Proposal* versi Indonesia**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 Agustus 2025

Yang Menyatakan,



Nazla Amira

**Analisis *Electronic Word of Mouth* Terkait Pernyataan Abidzar
dalam Promosi Film *A Business Proposal* versi Indonesia**

NAZLA AMIRA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) yang muncul sebagai respon atas komunikasi yang dilakukan oleh Abidzar ketika mempromosikan film *A Business Proposal* versi Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui dokumentasi percakapan digital di media sosial serta wawancara mendalam dengan enam informan yang terdiri dari triangulator, penggemar, dan non-penggemar drama Korea. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pernyataan Abidzar seperti “ingin membangun karakter sendiri” “fans fanatik” dan “kalau tidak mau menonton tidak apa-apa, masih ada orang lain yang mau menonton” menjadi pemicu munculnya isu di ruang digital. Potongan pernyataan tersebut kemudian ramai diperbincangkan, diunggah ulang oleh akun base, fanbase Korea, hingga kreator konten, sehingga membentuk arus e-WOM di berbagai platform seperti X. Arus percakapan yang terjadi bersentimen negatif, ditandai dengan kritik, sindiran, serta ajakan untuk tidak menonton film. Reaksi netizen tidak hanya menyoroti sikap Abidzar secara pribadi, tetapi juga berdampak pada minat menonton dan citra film di bioskop. Temuan ini memperlihatkan bahwa e-WOM di X dapat memberikan dampak signifikan terhadap penerimaan sebuah film, terutama ketika dipicu oleh pernyataan kontroversial aktor utamanya.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth* ; Promosi Film ; Media Sosial ; Pernyataan Abidzar ; Komunikasi Pemasaran

**Analisis *Electronic Word of Mouth* Terkait Pernyataan Abidzar
dalam Promosi Film *A Business Proposal* versi Indonesia**

NAZLA AMIRA

ABSTRACT

*This study aims to analyze Electronic Word of Mouth (e-WOM) that emerged as a response to the communication delivered by Abidzar when promoting the Indonesian version of the film *A Business Proposal*. This study uses a descriptive qualitative approach with a case study design. Data were obtained through documentation of digital conversations on social media and in-depth interviews with six informants consisting of a triangulator, fans, and non-fans of Korean dramas. The results of the study show that Abidzar's statements such as "wanting to build his own character," "fanatics," and "if you don't want to watch it, it's okay, there are still other people who want to watch" became the trigger for the emergence of issues in the digital space. These statement excerpts were then widely discussed, reshared by base accounts, Korean fanbases, and content creators, thereby forming an e-WOM stream on various platforms such as X. The flow of conversations carried a negative sentiment, marked by criticism, sarcasm, and calls not to watch the film. Netizens' reactions not only highlighted Abidzar's personal attitude but also had an impact on audience interest and the film's image in cinemas. These findings show that e-WOM on X can have a significant impact on the reception of a film, especially when triggered by controversial statements from its main actor.*

Keywords: *Electronic Word of Mouth; Film Promotion; Social Media ; Abidzar's Statement ; Marketing Communication*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	4
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II.....	12
2.1. Konsep yang relevan.....	12
2.1.1 Komunikasi Pemasaran (Marketing Communication).....	12
2.1.2 Word-Of-Mouth.....	12
2.1.3 Electronic Word Of Mouth.....	14
2.1.4 Media Sosial.....	16
2.1.5 X (Twitter).....	17
2.1.6 Viral Marketing.....	19
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	21
2.3. Model Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III.....	29

3.1. Desain dan Pendekatan.....	29
3.2 Obyek dan/ atau Subyek.....	29
3.2.1 Obyek Penelitian.....	29
3.2.2 Subyek Penelitian.....	35
3.2.2.1 Penggemar Drama Korea.....	35
3.2.2.2 Non Penggemar Drama Korea.....	37
3.2.3.3 Informan Ahli.....	38
3.3 Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Studi Dokumentasi.....	39
3.3.2 Wawancara Mendalam.....	40
3.4 Analisis Data.....	40
3.4.1 Reduksi Data.....	40
3.4.2 Penyajian Data.....	40
3.4.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	41
3.5 Triangulasi Data.....	41
3.5.1 Triangulasi Sumber.....	41
3.5.2 Triangulasi Teknik.....	41
3.6 Operasionalisasi Konsep/ Isu.....	42
BAB IV.....	43
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	43
4.1.1 Profil Falcon Pictures.....	43
4.2 Penyajian Data.....	45
4.2.1 Word of Mouth (WOM).....	45
4.2.1.1 Content.....	45
4.2.1.2 Context.....	51
4.2.1.3 Carrier.....	59
4.2.2 Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	65
4.2.2.1 Intensity.....	65
4.2.2.2 Valence of Opinion.....	67

4.2.2.3 Content.....	74
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	78
4.3.1 Pernyataan Abidzar Membuat Isu ini Ramai.....	79
4.3.2 Keterlibatan Netizen dalam Viralnya Isu.....	80
4.3.3 Peran Platform X dalam Memperbesar Isu.....	83
BAB V.....	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	87
5.3 Saran dan Implikasi.....	87
5.3.1 Saran Teoritis.....	87
5.3.2 Saran Praktis.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	92
LAMPIRAN GAMBAR.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penonton.....	9
Gambar 1.2 Perhitungan Keuntungan Film.....	10
Gambar 2.1 Proses WOM.....	14
Gambar 2.2 Akun Base.....	18
Gambar 3.1 Press Conference.....	30
Gambar 3.2 Press Conference.....	31
Gambar 3.3 Podcast dengan Pabrik Jaya Media.....	32
Gambar 3.4 Podcast dengan Folkative.....	32
Gambar 3.5 Podcast dengan Tema Indonesia.....	34
Gambar 3.6 Klarifikasi Falcon Pictures & Abidzar.....	34
Gambar 3.7 Sunarti sebagai informan penggemar drama Korea.....	35
Gambar 3.8 Dina Angelina sebagai informan penggemar drama Korea.....	36
Gambar 3.9 Syaharani Panca sebagai informan penggemar drama Korea.....	37
Gambar 3.10 Alma Fadilah Rashida sebagai informan non-penggemar drama Korea..	37
Gambar 3.11 Janeta Haryani sebagai informan non-penggemar drama Korea.....	38
Gambar 3.12 Citra Budiati S. Sn., sebagai Triangulator.....	38
Gambar 4.1 Logo Production House Falcon Pictures.....	43
Gambar 4.2 Konferensi Pers.....	46
Gambar 4.3 Wawancara dengan Pabrik Jaya Media.....	48
Gambar 4.4 Komentar netizen terkait pernyataan “fans fanatik”.....	49
Gambar 4.5 Wawancara dengan Folkative.....	50
Gambar 4.6 Penyebaran Konten di TikTok.....	52
Gambar 4.7 Penyebaran Konten di X.....	53
Gambar 4.8 Isu Abidzar dengan Sintya Marisca.....	56
Gambar 4.9 Komentar netizen terkait isu Abidzar dengan Sintya Marisca.....	57
Gambar 4.10 Peran content creator dalam isu Abidzar.....	60
Gambar 4.11 Peran akun fanbase drama Korea dalam isu Abidzar.....	61

Gambar 4.12 Akun Base.....	63
Gambar 4.13 komentar netizen melalui akun base.....	64
Gambar 4.14 Komentar Negatif Netizen.....	68
Gambar 4.15 Komentar netral netizen.....	70
Gambar 4.16 Ajakan Boikot Film.....	71
Gambar 4.17 Komentar netizen terkait klarifikasi.....	74
Gambar 4.18 Konten Provokatif.....	75
Gambar 4.19 Konten Emosional.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep/Isu.....	42