

Sutradara vs Audiens: Kekuatan Bintang dan Ulasan Online sebagai Penentu Performa Film Box Office = Director vs Audiences: Star Power and Online Reviews as the Determinants of Motion Picture Box Office Performance

Jasmine Stephanie Abigail, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20519874&lokasi=lokal>

Abstrak

Film adalah produk yang kompleks dan aliran informasi di antara penonton bioskop selama pemutaran film dapat berkembang di sepanjang jalan yang tidak mungkin untuk menghubungkan keberhasilan film dengan faktor penyebab individu. Studi ini mencoba menggunakan valensi ulasan online dan kekuatan bintang untuk memprediksi kinerja box office, sambil mengendalikan genre. Untuk melakukan penelitian ini, 2.643 ulasan online dari Metacritic dikumpulkan untuk memahami faktor apa saja yang memengaruhi kinerja box office. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa pendorong kinerja box office adalah ulasan online, penulis menemukan bahwa kekuatan bintanglah yang tampaknya penting dan bukan ulasan online. Hasil eksperimen menunjukkan bahwa kekuatan bintang adalah isyarat yang memengaruhi penonton bioskop untuk menonton film, sedangkan valensi ulasan online tidak terlihat sebagai indikasi kualitas untuk subjek eksperimen ini. Selanjutnya, kekuatan bintang tidak membantu mengurangi potensi efek ulasan online. Implikasi teoritis dan manajerial, bersama dengan keterbatasan temuan dan arah untuk penelitian masa depan, ditawarkan.

.....Movies are complex products and the cascade of information among moviegoers during the course of a movie's run can evolve along a myriad of paths that it is impossible to attribute the success of a movie to individual causal factors. This study attempts to use the valence of online reviews and star power to predict box office performance, while controlling the genre. To conduct this study, 2,643 online reviews from Metacritic were collected to understand which factors impacted box office performance. The regression analysis was used to test the hypotheses. In contrast with previous studies that have found that the driver of box office performance is the online reviews, the author finds that it is the star power that seems to matter and not the online reviews. The results of the experiment indicated that star power is a cue that affects moviegoers to view the movie, while the valence of online reviews is not seen to be an indication of quality per se for this experimental subject. Further, star power did not help to mitigate the potential effect of online reviews. Theoretical and managerial implications, along with limitations of the findings and direction for future research, are offered.