

WACANA KOMODIFIKASI NOSTALGIA ROBERT DOWNEY JR. OLEH MARVEL: ANALISIS KOLOM KOMENTAR AKUN @PLAYSTOPREWATCH

Richardus Krisna Dewandaru¹, Jusuf Ariz Wahyuono²

¹Universitas Gadjah Mada

²Flinders University

¹richardus.krisna@mail.ugm.ac.id, ²jusuf.ariz.wahyuono@flinders.edu.au

Abstrak

Hadirnya media sosial membuka ruang diskusi yang inklusif bagi fans untuk saling berbagi opini dan pada akhirnya memunculkan wacana mengenai konten-konten budaya populer yang mereka konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adanya wacana komodifikasi nostalgia dalam diskusi digital di kolom komentar, berkaitan dengan kembalinya aktor Robert Downey Jr. (RDJ) ke proyek-proyek film Marvel Studios mendatang. Analisis wacana kritis Teun Van Dijk dilakukan terhadap interaksi fans yang terekam dalam kolom komentar salah satu media kreatif berbasis Instagram di Indonesia @playstoprewatch. Penelitian dilaksanakan secara daring dengan purposive sampling terhadap beberapa komentar, yang kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, serta pengambilan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fans sebagai netizen cenderung skeptis pada pengumuman kembalinya RDJ. Beberapa komentar menunjukkan adanya wacana komodifikasi nostalgia. Marvel Studios dianggap hanya bertumpu pada keterikatan memori fans untuk mendukung kesuksesan, yang selama beberapa tahun terakhir sulit diraih oleh industri miliaran dolar tersebut. Wacana publik yang tampak dari hasil penelitian membentuk lanskap budaya populer terkini yang krusial dalam menentukan keputusan kreatif industri. Maka, penelitian wacana lanjutan terkait budaya populer perlu dilakukan dengan skala yang lebih meluas guna memperoleh gambaran komprehensif mengenai dinamika audiens budaya populer.

Kata Kunci: diskusi digital, fans, analisis wacana kritis, komodifikasi nostalgia

Abstract

The presence of social media opens up an inclusive and interactive discussion space for fans to share their opinions and ultimately generate discourse surrounding the popular contents they consume. This study aims to analyze the discourse of nostalgia commodification in digital discussions through comments section, related to the return of actor Robert Downey Jr. (RDJ) to upcoming Marvel Studios film projects. Critical discourse analysis was conducted on fan interactions recorded in the comments section of an Indonesian Instagram-based creative media platform, @playstoprewatch. This research was conducted online through purposive sampling of several comments, which were then analyzed through data reduction, data display, and drawing of conclusions. The result of the study shows that fans, as netizens, tend to be skeptical about the announcement of RDJ's return. Several comments indicate the discourse of nostalgia commodification. Marvel Studios were presumed to rely solely on fans' nostalgic attachment gain success, which has been difficult for the billion-dollar industry to achieve in recent years. Public discourse from the research shapes the current landscape of popular culture, which might be crucial for the industry's creative decisions. Therefore, further discourse research on popular culture should be conducted on a broader scale to gain a comprehensive understanding of audience dynamics.

Keywords: digital discussions, fans and fandom, critical discourse analysis, commodification of nostalgia

1. PENDAHULUAN

Kehadiran media sosial pada dua dekade terakhir mengamplifikasi terjadinya interaksi digital. Hal ini menciptakan ruang komunikasi timbal balik di mana penggunaannya dapat memberikan tanggapan secara langsung pada konten-konten media massa. Intensifikasi percakapan di antara pengguna media sosial pada akhirnya mampu membentuk wacana terhadap penerimaan konten-konten yang diproduksi oleh industri media hiburan.

Salah satu konten budaya populer yang kerap menimbulkan wacana dalam proses diskusi di media sosial adalah film-film adaptasi dari buku komik superhero. Selama kurang lebih delapan dekade, adaptasi superhero mengalami pasang surut terkait produksi dan penerimaannya di masyarakat. Popularitas genre ini sempat mencapai puncaknya pada dekade 1970 hingga 1990-an (melalui perilisan Superman: The Movie tahun 1978 dan Batman tahun 1989) dan 2010-an di mana Marvel Studios meluncurkan waralaba adaptasi

superhero yang dikenal dengan sebutan Marvel Cinematic Universe (MCU). Namun, kiprahnya mulai meredup menjelang pandemi Covid-19. Menurut Hughes (2024), surutnya antusiasme terhadap adaptasi superhero ditengarai superhero fatigue atau penolakan oleh audiens akibat rasa jenuh pada genre tersebut. Kejenuhan ini tampak memengaruhi pendapatan beberapa film MCU terakhir (sebelum *Deadpool & Wolverine*) yang belum bisa setinggi pendahulunya. Padahal, film *Avengers: Endgame* (2019) mampu menjadi film terlaris sepanjang masa nomor dua setelah *Avatar* (2009), sebagaimana dikutip dari situs *The Numbers*.

Melihat fenomena ini, Marvel Studios memutar otak untuk mengakomodasi hal-hal yang menjadi kegemaran fans, yaitu dengan melihat produk-produk film lamanya yang dinilai berhasil memenangkan hati fans dan audiens umum. Beberapa ikon kegemaran fans akhirnya dimunculkan kembali dengan ‘mesin’ plot bernama multiverse. Bermula dari *Spider-Man: No Way Home* (2021) yang mengembalikan para aktor pemeran karakter Spider-Man dari adaptasi sebelumnya, Marvel Studios terus menerapkan strategi ini hingga film *Deadpool & Wolverine* (2024), dan puncaknya adalah pengumuman di panel San Diego Comic-Con pada Juli 2024 lalu. Dalam konferensi pers, Marvel Studios mengumumkan bahwa aktor Robert Downey Jr. (RDJ) akan kembali muncul di proyek film mendatang. RDJ sendiri sebenarnya telah menyelesaikan kontrak dengan Marvel Studios yang secara naratif ditutup dengan kematian karakter Iron Man yang diperankannya pada film *Avengers: Endgame* (2019). Namun, RDJ kini kembali didatangkan dan ‘diberi tugas’ berbeda, yaitu memerankan karakter antagonis Doctor Doom.

Sontak pengumuman ini menimbulkan pro dan kontra di antara audiens, khususnya fans dari Marvel Studios sendiri. Diskusi intensif yang terjalin melalui komentar di media sosial lantas ramai akan obrolan seputar komodifikasi nostalgia, di mana industri kreatif menjual kembali produk-produk yang pernah populer dalam rangka meraih kembali antusiasme dan kesuksesan film-film superhero terbaru mereka. Alih-alih memperkuat produksi naratif kontennya, Marvel Studios dianggap hanya mengandalkan keterikatan memori fans dengan

RDJ sebagai sarana untuk kembali terhubung dengan komunitas penggemar Marvel. Tentu situasi ini menampakkan preseden yang kurang baik bagi keberlanjutan industri budaya populer itu sendiri. Ketika pembicaraan komodifikasi nostalgia terbentuk dalam ranah diskusi audiens yang skeptis, sambutan dan perolehan industri pun berpotensi terdampak. Langkah untuk mengoptimalisasi nilai tukar ekonomi justru dapat menjadi bumerang yang memperbesar kejenuhan dan merusak keberlanjutan industri.

Ruang diskusi audiens yang menampakkan adanya wacana komodifikasi nostalgia terekam dalam kolom komentar salah satu akun Instagram media kreatif Indonesia yaitu @playstoprewatch atau yang kerap disingkat PSR. Akun instagram PSR sendiri merupakan media kreatif yang menjadi bagian dari 1001 Startup Media partner Kumparan dengan jumlah pengikut sebanyak 9.416 akun. Terkait dengan berita kembalinya aktor RDJ, PSR mengunggah informasi bertajuk *Semua Pengumuman MCU di San Diego yang diunggah 28 Juli 2024*. Konten tulisan Istman MP ini memperoleh engagement dalam bentuk likes dan komentar yang masif, meraup 1.149 likes dan memunculkan 122 komentar. Perolehan ini kontras dengan konten-konten PSR lainnya yang rata-rata hanya memperoleh 70-400 likes dan 10-30 komentar.

Lonjakan interaksi pada unggahan PSR menjadi suatu anomali yang menunjukkan adanya wacana baru terbentuk sebagai respons atas keputusan Marvel Studios. Wacana tentu tak bisa dilihat sekadar sebagai makna interaksi. Menurut Syamsuddin (1992), wacana adalah bagian dari pembahasan konteks-konteks dalam teks yang mewakili penerapan praktik sosial di masyarakat. Oleh karenanya, wacana justru menjadi dasar sebuah makna dibentuk. Wacana menjadi bahasa sekaligus praktik yang mengatur makna apa saja yang dapat dipergunakan dalam lingkup sosial tertentu (Barker, 2014). Maka, respons audiens terhadap keputusan Marvel Studios sebenarnya menyimpulkan dasar-dasar makna yang membentuk persepsi dan sangat berpengaruh bagi penerimaan suatu produk budaya di masyarakat.

Perkembangan teknologi media sosial yang mendorong interaktivitas audiens sekaligus fans membuka ruang inklusif untuk wacana-wacana terbentuk. Dengan jangkauan yang begitu luas, wacana yang muncul dalam pertukaran opini pun semakin menjadi pertimbangan dalam keputusan-keputusan industri. Keterkaitan ini bahkan pernah terbukti dalam kasus adaptasi film *Sonic The Hedgehog* (2020), ketika industri rela mengganti tampilan visual karakter utamanya menjelang perilisan karena desakan fans melalui berbagai platform media sosial. Dengan demikian, penonton sejatinya selalu memiliki pengaruh terhadap industri film, baik mereka menyadarinya atau pun tidak (Løkkevig, 2021).

Penelitian terhadap wacana yang tertangkap dalam diskusi audiens lantas perlu untuk dilakukan. Selain sebagai pengayaan atas kajian wacana, penelitian ini menjadi suatu urgensi karena posisi audiens sejatinya begitu berdampak bagi keberlangsungan industri budaya populer. Di Indonesia sendiri, penonton film-film adaptasi superhero masih menyumbang angka yang cukup besar. Salah satu film genre adaptasi komik superhero terbaru *Superman* (2024) pun tiketnya masih terjual sebanyak 1,3 juta, sebagaimana tercatat pada laman *cinpoint.com*. Merambahnya industri film adaptasi superhero ke berbagai layanan platform streaming turut mempertahankan pamornya di tengah penonton film Indonesia. Maka, ketika komodifikasi nostalgia diperbincangkan dan masuk dalam praktik sosial, dampaknya akan begitu terasa bagi keberlanjutan strategis industri budaya populer. Penelitian untuk membongkar pembahasan dalam diskusi audiens dilakukan guna memahami lanskap perkembangan industri dan langkah-langkah responsif yang sekiranya dapat diambil industri untuk mempertahankan keberlanjutannya.

Budaya Populer dan Fans

Secara singkat, budaya populer merupakan akumulasi dari produk budaya seperti musik, seni, literatur, film, budaya siber, dan media apapun yang dikonsumsi oleh populasi mayoritas di masyarakat (Crossman, 2024). Dalam perspektif ekonomi budaya Pierre Bordieu, budaya populer adalah bentuk *low culture* yang berangkat dari kebiasaan

masyarakat di luar institusi resmi seperti pendidikan, galeri seni, hingga museum yang lekat dengan *high culture* (Fiske dalam Lewis, 1992). Penciptaan budaya populer merupakan proses yang dilakukan dengan keterlibatan banyak faktor: seniman, perusahaan dan bisnis, serta kemajuan teknologi. Poin ini lah yang membedakan budaya populer dengan budaya elit atau *high culture* yang cenderung diproduksi oleh pencipta tunggal. Keterlibatan berbagai pihak dalam produksi budaya populer menjadikannya industri besar yang berfokus pada keuntungan dari penciptaan produk dan teks yang menarik audiens (Brandt & Clare, 2018). Dari penciptaan produk ini, budaya populer berpotensi membentuk dan memperkuat identitas komunitas budaya dalam dimensi sosial dan politik (Tarunika, 2024).

Komunitas budaya yang terbentuk dari antusiasme terhadap budaya populer disebut dengan fans atau penggemar. Menurut Fiske (1992), fans bukan hanya penikmat dari budaya, tetapi juga kelompok yang produktif dalam mempertahankan relevansi budaya tersebut. Produktifitas fans dapat dibagi menjadi tiga: semiotika, enunciative, dan tekstual. Pada produktivitas semiotika, fans berusaha memaknai identitas sosial melalui unsur-unsur semiotika yang telah menjadi komoditas budaya. Sementara itu, produktivitas enunciative merupakan proses pertukaran informasi yang memiliki kekuatan untuk membangkitkan dan menyebarkan makna tertentu terkait objek karya pada lingkup komunitas lokal. Kemudian pada produktivitas tekstual, fans mampu memproduksi dan menyebarkan konten-kontennya sendiri. Produksi ini dilakukan atas dasar kesenangan dari anggotanya dan bagaimana konten tersebut kemudian diperbincangkan dalam komunitas.

Komodifikasi Nostalgia

Sebagai bagian dari budaya populer, produksi konten adaptasi superhero melibatkan proses komodifikasi. Venäläinen (dalam Alexander, et al., 2018) menjelaskan komodifikasi sebagai fenomena ketika produksi budaya semakin melekat dengan proses yang biasa ditemui pada industri manufaktur. Namun, Lash dan Urry (dalam Alexander, et al., 2018) tidak sepenuhnya menganggap

komodifikasi sebagai hal buruk. Malahan, industri manufaktur lah yang lantas bekerja layaknya produksi budaya. Hal ini sesuai dengan konsep postmodernisme yang menyatakan bahwa nilai ekonomi tidak lagi berdasar pada materi yang dihasilkan tetapi lebih pada komoditas non-material seperti pengetahuan, pengalaman, dan ekspektasi.

Di sisi lain, Debord & Knabb (2005) memandang komodifikasi sebagai bentuk hilangnya kualitas karena bentuk-bentuk komoditas pada dasarnya menarik segala hal ke dalam pengukuran derajat kuantitas. Situasi ini meletakkan kualitas produk di posisi kedua setelah faktor surplus ekonomi melalui pengembangan sisi kuantitatif. Hermann (2021) juga menyatakan bahwa produksi nilai guna suatu barang atau jasa kini diarahkan pada optimalisasi nilai tukar dan akumulasi pendapatan alih-alih penekanan nilai guna di masyarakat. Zaucha & Agur (2024) bahkan mengelompokkan komodifikasi sebagai bagian dari komponen marketisasi dan finansialisasi yang meletakkan komodifikasi sebagai proses ketika barang nonpasar menjadi barang yang diperjualbelikan.

Keterikatan historis atau nostalgia dapat menjadi hal yang dikomodifikasi. Becker (2018) menjelaskan nostalgia sebagai fenomena kolektif yang menunjukkan obsesi masyarakat terhadap masa lalu. DaSilva & Faught (dalam Husein, 2024) memaparkan bahwa objek pemicu nostalgia mengingatkan seseorang pada pengalaman yang menyenangkan sebelum ia sepenuhnya ambil bagian dalam peran sosial masyarakat. Selain itu, nostalgia juga berfungsi sebagai upaya mempertahankan identitas karena melibatkan pemilahan pengalaman untuk dirangkai menjadi narasi yang bermakna (Niemeyer & Keightley, 2020).

Oleh karena itu, nostalgia menjadi salah satu hal yang kerap dinanti oleh audiens. Perkembangan budaya menuju dekade 2010-an menampilkan kemunduran ke masa lalu 'analog', ketika inovasi gaya tidak lagi mungkin untuk dilakukan (Tanner, 2016). Inovasi yang sulit untuk menemukan jalannya membawa industri pada pengalaman kolektif audiens dan menjadikannya sebagai suatu komoditas. Komodifikasi terhadap koneksi dan keterikatan rasa dengan objek di masa lalu menjadi pola yang kini kerap dijumpai dalam pengembangan

industri budaya populer. Didukung oleh peran media massa, suatu produk dipercaya dapat diperkenalkan kembali dengan membangkitkan kerinduan akan masa lalu, merangsang kesadaran emosi kolektif (Söğütülür, 2025).

Menggunakan metode analisis wacana kritis Teun Van Dijk, peneliti berupaya membongkar wacana komodifikasi nostalgia di balik interaksi fans dalam kolom komentar unggahan PSR. Analisis wacana kritis menjadi metode yang tepat untuk penelitian ini karena proses analisisnya tidak hanya berfokus pada teks, tetapi juga pada bagaimana teks diproduksi sebagai bentuk kognisi sosial.

Menurut Eriyanto (2001), kognisi sosial terdiri dari dua sisi, yaitu memberi gambaran bagaimana teks diproduksi untuk menekankan sebuah tema wacana, dan menampilkan bagaimana nilai-nilai diaktualisasi di masyarakat, yang dalam konteks penelitian ini terlihat dari isi komentar fans secara umum. Dengan demikian, penulis berharap kajian ini dapat menunjukkan bagaimana interaksi dalam ruang digital mampu memunculkan wacana yang berdampak bagi perkembangan strategis industri budaya populer.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis untuk membongkar makna penggunaan bahasa oleh audiens. Metode analisis wacana kritis (AWK) dipilih karena mampu melakukan 'investigasi linguistik' yang kritis terhadap cara kerja teks (Barker, 2014). Secara spesifik, peneliti melakukan analisis wacana kritis kembangan Teun Van Dijk yang menganalisis struktur dan proses pembentukan teks dalam model kognisi sosial (Sobur, 2018). Analisis ini membagi analisis ke dalam tiga bentuk, yaitu analisis teks, kognisi sosial, dan analisis konteks.

Subjek dari penelitian ini adalah komentar pada salah satu unggahan akun Instagram @playstoprewatch (PSR) yang bertajuk "Semua Pengumuman MCU di San Diego" dan diunggah 28 Juli 2024 yang dapat diakses melalui link https://bit.ly/PSR_RDJ. Konten informasi tulisan Istman MP ini berisi beberapa informasi mengenai konten-konten film yang akan dirilis Marvel Studios untuk beberapa tahun ke depan. Seperti yang telah dituliskan sebelumnya, konten ini dipilih karena

engagement-nya yang tinggi, ditandai dengan jumlah likes dan komentar yang melebihi rata-rata konten lain dari akun Instagram PSR.

Selain itu, meski konten carousel ini memuat banyak informasi tentang proyek film Marvel Studios yang sedang dikembangkan, karakter Doctor Doom justru menjadi cover utama konten. Hal ini menimbulkan diskusi netizen di kolom komentar yang sebagian besar berfokus pada kembalinya RDJ untuk memerankan karakter baru Doctor Doom.

Penelitian dilakukan secara daring dengan mengamati kolom komentar untuk menganalisis adanya wacana komodifikasi nostalgia yang berusaha diungkapkan oleh beberapa akun. Dengan demikian, pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling yaitu pemilihan responden yang paling mungkin memberikan atau menampilkan informasi yang tepat dan berguna bagi penelitian. Sementara itu, teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi nonpartisipan dengan studi dokumentasi atas beberapa komentar netizen yang tampak pada kolom komentar unggahan PSR. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), serta pengambilan kesimpulan (conclusion) sebagaimana yang dijelaskan Miles & Huberman (1992).

Namun, penting dicatat bahwa penelitian ini tidak dimaksudkan untuk membuktikan secara langsung motif internal Marvel Studios dalam menghadirkan kembali RDJ, tetapi untuk menganalisis bagaimana keputusan tersebut dimaknai fans dalam ruang diskusi digital. Dengan demikian, fokus utama artikel ini terletak pada pembentukan wacana di tingkat resepsi, yaitu bagaimana para penggemar membaca langkah Marvel Studios sebagai bentuk komodifikasi nostalgia. Posisi ini penting agar analisis tetap berdasar pada data yang tersedia, yakni komentar fans, sekaligus menjaga kehati-hatian dalam menarik kesimpulan mengenai strategi industri.

3. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Menggunakan teknik pengumpulan purposive sampling, peneliti memilih beberapa komentar dari netizen yang memunculkan wacana mengenai produk budaya bermuatan nostalgia yang dikomodifikasi melalui

kemunculannya kembali di proyek Marvel Studios yang akan datang. Selain itu, peneliti juga turut menganalisis narasi dalam teks konten unggahan PSR yang memantik diskusi dan mewakili struktur makro pada analisis teks.

Analisis Teks

Struktur Makro

Unggahan “Semua Pengumuman MCU di San Diego Comic Con 2024” pada akun Instagram PSR berisi beragam informasi mengenai proyek film terbaru Marvel Studios yang diumumkan pada salah satu sesi San Diego Comic-con (SDCC) Agustus 2024 lalu. Perhelatan SDCC sendiri merupakan wadah pertemuan tahunan yang mempertemukan fans dan industri kreatif berkaitan dengan produk-produk budaya adaptasi buku komik superhero. Industri film yang memproduksi adaptasi superhero selalu hadir dalam perhelatan ini untuk mengumumkan proyek terbaru mereka, seperti DC Comics bersama Warner Bros, Marvel Studios bersama Disney, dan label-label industri lain.

Pada unggahannya, PSR sebagai media kreatif tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga opini terhadap pengumuman proyek film-film Marvel Studios mendatang. Konten unggahan PSR serta komentar yang muncul dalam unggahannya membentuk ruang diskusi atas konten budaya populer yang direncanakan oleh Marvel Studios. Berikut adalah caption yang disertakan pada konten:

“Jujur ya, perasaan agak mixed sama pengumuman Marvel Studios di Hall H SDCC tahun ini. Ada yang exciting, ada juga yang “yah, kayak gak ada pilihan lain aja” (@playstoprewatch, 2024).

Caption tersebut memantik diskusi seputar rencana peluncuran proyek film dari Marvel Studios. Pada caption juga ditemui bentuk opini yang diungkapkan sendiri oleh penulisnya. Kalimat “jujur ya, perasaan agak mixed sama pengumuman Marvel Studios di Hall H SDCC tahun ini” menyiratkan bagaimana penulis merespons pengumuman proyek secara skeptis. Beberapa komentar yang muncul pun merupakan dalam bingkai struktur makro mengenai konten budaya populer, seperti:

*“MCU is desperate” dari akun @b****yby (2024)*

*"Whyyyyyyt... Knp pake aktor yg udh ikonik sam tony stark buat meranin von doom" dari akun @n****2_ (2024) "Malesin bgt, spt tdk ada lg aktor yg mampu" dari akun @d*****o8 (2024) "Mungkin pada hype robert downey jr. comeback, tapi saya lebih hype russo brothers jadi sutradara " dari akun @i*****_9 (2024)*

Beberapa komentar menunjukkan adanya diskusi dalam lingkup struktur makro mengenai konten budaya populer yang diproduksi oleh Marvel Studios. Netizen yang berkomentar pada unggahan tersebut memiliki pemahaman dalam konteks konten film studio tersebut. Namun, komentar-komentar ini cenderung skeptis terhadap konten Marvel Studios mendatang yang berkaitan dengan kembalinya RDJ.

Superstruktur

Pada analisis superstruktur, Van Dijk mengenalkan unsur skematik yang disusun oleh komponen seperti pendahuluan, isi, dan kesimpulan. Eriyanto (2001, p. 232) mengelaborasi skematik sebagai alur yang menunjukkan bagaimana teks "disusun dan diurutkan hingga membentuk kesatuan arti". Pada artikel ini, peneliti mengumpulkan data komentar secara purposive sampling dan menyaring beberapa komentar netizen dari total 122 komentar yang memantik diskusi dan memunculkan wacana sebagai berikut:

Komentar dari akun @a*****ga

"OK FIX... Ketergantungan MCU ke RDJ semakin NYATA dan semakin BESAR!". --
Komentar dari akun @a*****ga

Secara skematik, komentar ini memperlihatkan afirmasi *"OK FIX"* yang diikuti dengan objek yang ditekankan, yaitu *"ketergantungan MCU ke RDJ"*. Kalimat ini kemudian diberi unsur tambahan *"NYATA dan semakin BESAR"* sebagai keterangan sifat objek. Dengan demikian, komentar ini mendahulukan afirmasi terhadap asumsi yang telah ada, yaitu ketergantungan Marvel Studios pada nilai RDJ sebagai sosok aktor yang ikonik dalam waralaba film studio tersebut. Akun @a*****ga kemudian kembali mengelaborasi

komentarnya setelah mendapat tanggapan *"dasar sdm indo kurang"* dari akun @ac*****002:

"SDM Indo kurang? Faktanya begitu... MCU phase 1-3 dari mulai, berkembang sampe sukses sosok sentral-nya RDJ meski gak selalu muncul tapi eksistensi-nya menjadikan Red Line Karakter di MCU. Phase 4-5 gak ada RDJ MCU menurun meski bukan faktor satu-satunya tapi salah satu faktor penting adalah gak ada sosok sentral tersebut. Lalu Marvel Studios membawa balik RDJ untuk menaikan MCU lagi di era Superhero Fatigue entah akan Long Term atau cuma Short Term. Dengan kondisi itu dari dari phase 1-3 MCU terikat kuat dengan RDJ lalu ketergantungan di Phase 4-5 gak ada menurun tapi mencoba move on namun malah RDJ dibawa balik lagi ke MCU oleh Marvel Studios sendiri sehingga Studio gagal move on & membuat Fans pun akan gagal move on maka otomatis ketergantungan MCU ke RDJ makin berasa nyata. FAKTA!"

Pada elaborasi ini, pemilik akun @a*****ga menyampaikan opininya secara lebih detail dan jelas. Pemilik akun merunut sejarah perilisan film-film Marvel Studios mulai dari fase awal hingga fase terbaru. Sebagai informasi, Marvel Studios dalam produksi filmnya selalu bertonggak pada pembagian fase yang biasanya ditutup dengan film puncak, yaitu ketika para karakter berkumpul dalam sebuah plot perang besar.

Pemilik akun @a*****ga dalam tambahan komentarnya juga menyinggung tentang superhero fatigue yang sebelumnya telah peneliti paparkan sebagai fenomena kejenuhan akan film adaptasi superhero. Tanggapan ini merangkai kalimat demi kalimat dalam bentuk kronologis dan mengeksplorasi kemungkinan sebab-akibat yang menunjukkan bagaimana superhero *fatigue* turut mempengaruhi munculnya wacana komodifikasi nostalgia.

Komentar dari akun @b*****by

"MCU is desperate"

Komentar oleh pemilik akun @b*****by ini disampaikan dengan lugas. Secara skematik, urutan kalimatnya menekankan pada subjek (MCU atau Marvel Cinematic Universe) dan

keterangan sifat (desperate atau putus asa). Pemilik akun berusaha menyampaikan argumen bahwa Marvel Studios telah mencapai keputusan ketika mereka kembali mengajak RDJ untuk terlibat di film terbaru mereka.

Komentar dari akun @a**gx dan tanggapan dari pemilik akun @is*****_9**

"Berapa mahal ya deal2an Disney ke RDJ wkwk"

Berbeda dengan komentar yang lain, komentar dari pemilik akun @a****gx ini berbentuk kalimat pertanyaan yang mengundang diskusi mengenai biaya atau budgeting untuk mengajak kembali aktor sekaliber RDJ ke proyek film Marvel Studios. Diawali dengan kata tanya "*berapa*", komentar ini tetap masuk pada jenis pertanyaan retorik karena jawabannya hampir tidak mungkin ditemukan dalam ruang diskusi yang berisi fans atau netizen secara umum, alih-alih pihak yang memproduksinya (Marvel Studios). Meski demikian, pertanyaan ini berhasil memantik diskusi yang kemudian ditanggapi oleh pemilik akun @is*****_9:

"kayaknya rdj bakal jadi producer/executive producer. Jadi selain dapet bayaran besar dari doomsday, juga dapet keuntungan dari penjualan. Bahkan mungkin keuntungan dari merchandise"

Pemilik akun @is*****_9 mendahulukan asumsi pribadinya tentang tambahan peran RDJ sebagai produser atau produser eksekutif pada film MCU yang akan dibintanginya. Setelah asumsi dikemukakan, ia baru mengelaborasi keuntungan yang didapatkan di balik peran sebagai produser atau eksekutif produser, yaitu keuntungan penjualan film hingga merchandise-nya yang menjadi bagian dari bentuk komodifikasi.

Struktur mikro

Dalam struktur mikro, komentar yang ditemukan pada salah satu unggahan PSR dianalisis secara lebih mendalam dengan melibatkan penekanan makna (semantik), penyampaian pendapat (sintaksis), pemilihan kata (stilistik), serta bagaimana penekanan

dilakukan (retoris). Menurut Sobur (2018), struktur mikro melibatkan analisis kata, proposisi, kalimat dan anak kalimat, serta parafrase yang mampu memunculkan makna wacana. Pada analisis struktur mikro, peneliti mendalami empat komentar yang sebelumnya telah dianalisis superstrukturnya.

Komentar akun @a***ga**

Secara semantik, pada komentar pemilik akun @a*****ga, makna utama yang ingin ditekankan adalah pembuktian mengenai ketergantungan dari MCU atau Marvel Cinematic Universe terhadap nilai RDJ sebagai aktor maupun karakter Iron Man di film-film sebelumnya. Pemilik akun memunculkan "*OKE FIX*" sebagai bentuk afirmasi atas pemaknaan dan asumsinya selama ini, bahwa RDJ menjadi penggerak utama dan dengan demikian muncul ketergantungan terhadap nilai sang aktor.

Pada komentar elaborasinya, pemilik akun @a*****ga kembali menekankan ketergantungan Marvel Studios terhadap RDJ dengan menyajikan asumsi yang ia dapatkan selama proses konsumsi produk film-film Marvel. Komentar ini menekankan pengaruh 'menurun' yang salah satunya timbul dari absennya RDJ dalam penceritaan waralaba MCU pada fase terbaru.

Secara sintaksis, pola kalimat yang singkat pada komentar awal membuatnya belum bisa dianalisis dari sisi sintaksis. Namun, elaborasi komentarnya yang terdiri dari 131 kata mampu menampakkan suatu koherensi sebab-akibat. Peneliti menemukan bentuk keterhubungan satu isu dengan isu lain, yaitu bagaimana keabsenan RDJ di fase 4 dan 5 film-film Marvel Studios menjadi salah satu faktor yang membuat kesuksesan Marvel Studios 'menurun'. Selain itu, hubungan sebab-akibat bertingkat juga muncul ketika pemilik akun menyatakan strategi Marvel Studios untuk melawan superhero fatigue, yaitu dengan membawa kembali RDJ dan menyebabkan "gagal move on", menyimpulkan ketergantungan Marvel Studios pada aktor RDJ.

Secara stilistik, penggunaan kata pada komentar akun @a*****ga mampu menunjukkan sebuah penegasan dan afirmasi dari asumsinya. Pemilihan kata "fix" kapital memunculkan penekanan bahwa asumsinya benar dan seolah tidak dapat diganggu gugat.

Hal ini kemudian diikuti kata kapital “nyata” dan “besar” yang merepresentasikan betapa Marvel Studios sangat bergantung pada nilai RDJ sebagai aktor.

Sementara itu, komentar elaborasinya juga ditulis dengan beberapa pilihan kata yang menekankan krusialnya RDJ bagi popularitas dan keuntungan Marvel Studios. Kata-kata seperti “red line”, sentral, dan “move on” menunjukkan bagaimana RDJ dan karakter Iron Man-nya di MCU begitu penting karena memiliki kelekatan historis dengan fans. Selain itu, terdapat juga kata “fakta” yang di kapital, menegaskan realitasnya sendiri bahwa asumsinya merupakan bentuk kebenaran. Kembalinya RDJ benar-benar dimaknai oleh pemilik akun @a*****ga sebagai upaya mengembalikan popularitas MCU.

Secara retorik, dalam penyampaian komentarnya, pemilik akun @a*****ga menggunakan gaya yang cukup tegas dan keras. Penggunaan kapital pada beberapa kata (“fix”, “nyata”, “besar”, dan “fakta”) membuktikan hal tersebut. Selain itu, penulisan kapital pada beberapa kata juga menunjukkan gaya hiperbolik yang menguatkan argumennya mengenai ketergantungan MCU pada aktor RDJ. Selanjutnya, penggunaan tanda seru pada kedua komentar juga menunjukkan bahwa argumennya tepat dan seharusnya menjadi perhatian bagi netizen lain yang terlibat dalam diskusi di kolom komentar.

Komentar akun @b***by**

Secara semantik, makna utama yang ditekankan oleh pemilik akun @b*****by ini adalah keputusan Marvel Studios untuk mendulang kesuksesan seperti pada dekade sebelumnya. Keputusan ini akhirnya membawa Marvel Studios pada langkah untuk merekrut kembali RDJ ke dalam proyek-proyek film di masa depan dalam upaya mendulang kembali antusiasme fans dan pendapatan film.

Secara sintaksis, pada komentar ini, koherensi sebab-akibat tidak muncul. Komentar pemilik akun @b*****by hanya menunjukkan makna penyebab tanpa menyertakan akibatnya. Meski demikian, peneliti dapat melihat bahwa akibat yang dimaksud komentar ini merujuk pada kembalinya RDJ ke Marvel Studios sebagai bentuk komodifikasi.

Secara stilistik, komentar ini justru memiliki kekuatan dari stilistiknya. Pemilihan kata “desperate” atau putus asa menjadi kata yang kuat dalam mendeskripsikan situasi pengembangan ide film oleh Marvel Studios sendiri. Meski singkat, pernyataan pemilik akun @b*****by ini tajam dan mampu menyimpulkan opininya terhadap langkah Marvel Studios.

Secara retorik, komentar singkat pemilik akun @b*****by disampaikan dengan gaya yang skeptis. Meski sikap atas kembalinya RDJ sedikit banyak mirip dengan komentar sebelumnya, penyampaian dilakukan dengan tenang dan tajam alih-alih tegas dan persuasif.

Komentar akun @a***gx dan tanggapan dari akun @is*****_9**

Secara semantik, dari bentuk kalimat tanya yang disampaikan oleh pemilik akun @a*****gx, komentar ini sebenarnya mempertanyakan biaya atau budgeting yang ditawarkan Marvel Studios, melalui induk industri Disney, kepada RDJ untuk kembali berperan di proyek film mereka. Secara implisit, pertanyaan ini mengasumsikan tingginya peran dan nilai RDJ yang selama bertahun-tahun telah mendulang kesuksesan bagi Marvel Studios.

Sementara itu, tanggapan dari akun @is*****_9 pun merupakan asumsi yang menimbulkan makna mengenai betapa besarnya nilai RDJ sampai-sampai banyak peran yang mungkin diembannya selain sebagai aktor, seperti produser, produser eksekutif, hingga pendapatan yang mungkin didapat dari perolehan film dan merchandise. Komentar ini lantas memunculkan wacana komodifikasi yang menguntungkan tidak hanya Marvel Studios, tetapi juga RDJ sendiri.

Secara sintaksis, seperti akun @b*****by, komentar pemilik akun @a*****gx juga belum menunjukkan koherensi sebab-akibat. Komentar ini hanya fokus ke akibat yang ditimbulkan, yakni pertanyaan mengenai besaran bayaran Marvel Studios melalui Disney pada RDJ ketika merekrutnya kembali ke proyek film mereka.

Tanggapan pemilik akun @is*****_9 juga belum menunjukkan koherensi dan masih berfokus pada akibat. Namun, komentar ini

seolah memberikan jawaban sekaligus mengafirmasi berdasarkan asumsi untuk menanggapi komentar akun @a****gx.

Secara stilistik, pemilihan kata akun @a****gx justru tidak menyebutkan MCU maupun Marvel Studios. Komentar ini langsung merujuk pada induk industrinya yaitu Disney. Dengan demikian, sang pemilik akun tampak lebih berfokus pada narasi besarnya, yaitu keinginan Disney dan diskusi budget yang diperlukan untuk mengkomodifikasi kembali RDJ dan perannya. Sementara itu, anggapan dari akun @is*****_9 tidak merujuk pada industri tertentu, tetapi lebih menekankan pada peran-peran industri kreatif yang mungkin saja didapatkan RDJ.

Secara retorik, komentar pertanyaan ini berbeda dari dua komentar yang dianalisis sebelumnya. Gaya bicaranya lebih mengarah pada asumsi dan pengandaian alih-alih komentar tegas dan lugas. Baik pemilik akun @a****gx maupun @is*****_9, keduanya menanggapi informasi dengan asumsi yang tampak lebih netral. Namun, asumsi mereka sebenarnya juga mengarah pada wacana komodifikasi karena menyinggung biaya dan nilai peran tertentu.

Kognisi Sosial

Menurut Putri & Gautama (2022), kognisi sosial merupakan proses pengamatan terhadap produksi teks yang berkaitan dengan kognisi individu penulisnya. Peneliti melakukan analisis kognisi sosial dengan model atau skema peristiwa, ketika komentar beserta tanggapan yang muncul dibangun dari pemahaman dan pengalaman para pemilik akun dengan film-film Marvel Studios. Hal ini tampak pada komentar pemilik akun @a*****ga yang menyatakan ketergantungan Marvel Studios terhadap RDJ. Tentu asumsi ini berangkat dari pengalamannya sebagai audiens konten film produksi Marvel Studios yang memahami bahwa film-filmnya cenderung populer dan laris di pasaran dengan kehadiran RDJ sebagai Iron Man. Sementara itu, tanggapan lanjutannya juga sarat akan beberapa sebutan yang dikonstruksi dalam kelompok fans seperti phase, red line, hingga superhero fatigue. Dengan demikian, pemilik akun @a*****ga mampu memunculkan wacana dari perspektifnya sebagai fans Marvel yang

mengikuti perkembangan film-filmnya sejak fase 1-3 ketika RDJ masih memegang peran kunci. Sang pemilik akun lalu menyatakan kejenuhannya dengan ungkapan seperti “gagal move on”.

Komentar berikutnya oleh akun @b*****by juga menampilkan kognisi sang pemilik akun terhadap konten-konten Marvel. Pernyataan lugas “desperate” atau putus asa memunculkan makna bahwa penulisnya memiliki pemahaman dan pengalaman yang cukup intensif sebagai audiens film-film Marvel Studios. Alih-alih membahas satu hal spesifik seperti ketergantungan pada RDJ, pemilik akun @b*****by menyimpulkannya dalam satu kata yang mampu mendeskripsikan asumsinya dan memunculkan wacana bahwa kembalinya RDJ merupakan cara ‘aman’ Marvel ditengah situasi pendapatan dan popularitas yang menurun.

Sementara itu, komentar akun @a****gx dan tanggapan dari pemilik akun @is*****_9 memperlihatkan adanya kognisi mengenai pembiayaan berbagai film Marvel Studios. Kedua pemilik akun tampak memiliki pemahaman mengenai bagaimana industri kreatif miliaran dolar ini beroperasi. Kata-kata seperti “deal2an”, “producer/executive producer”, hingga “merchandise” menunjukkan bahwa kedua pemilik akun paham bagaimana komodifikasi menjadi faktor penting dalam kembalinya RDJ ke proyek film Marvel Studios.

Konteks

Memasuki dekade ketiga dari abad 21, industri kreatif justru lesu akibat kemunculan pandemi Covid-19. Pembatasan interaksi sosial membuat berbagai industri kreatif termasuk perfilman sulit beradaptasi dalam proses produksi maupun perilisian konten. Di saat yang sama, Marvel Studios juga baru saja menyelesaikan fase ketiga penceritaan MCU dengan rilisnya film Avengers: Endgame (2019) yang menandai ditutupnya arc cerita beberapa tokoh superhero fenomenal yang dicintai fans maupun audiens secara umum, seperti Captain America (Chris Evans), Black Widow (Scarlett Johansson), The Hulk (Mark Ruffalo), hingga utamanya Iron Man (Robert Downey Jr./RDJ).

Karakter Iron Man dan RDJ sendiri dianggap sebagai ikon yang berhasil

mempopulerkan waralaba superhero Marvel menjadi industri bernilai miliaran dolar. RDJ dan karakter Iron Man-nya secara efektif memulai waralaba ini dengan film Iron Man yang dirilis tahun 2008. Sejak saat itu, Iron Man menjadi karakter superhero yang paling mendominasi penceritaan waralaba MCU. Baik sebagai karakter utama maupun cameo, kehadirannya yang mengaitkan film-film Marvel dalam narasi plot yang lebih besar selalu ditunggu-tunggu oleh fans. Oleh karena itu, ketika Iron Man diceritakan tewas pada *Avengers: Endgame*, Marvel Studios perlu menemukan dan mempopulerkan karakter baru yang mampu menggantikan Iron Man sebagai tokoh sentral yang mendulang popularitas dan pendapatan.

Sayangnya, upaya yang dilakukan Marvel Studios kurang mendapat sambutan baik dari audiens. Dari total 11 film yang dirilis ‘pasca-endgame’, hanya 4 film yang benar-benar memperoleh apresiasi baik dan keuntungan memuaskan, yaitu *Spiderman: Far from Home* (2019), *Shang Chi and the Legend of the Ten Rings* (2021), *Black Panther: Wakanda Forever* (2022), serta *The Guardians of the Galaxy 3* (2023). Serial yang dirilis melalui platform Disney+ pun juga memperlihatkan pasang surut pujian, dengan serial *Loki* (2021–2023) menjadi frontrunner sementara *She-Hulk: Attorney at Law* (2022), *Ms. Marvel* (2022) dan *Secret Invasion* (2023) memperoleh banyak kritikan. Dengan demikian, Marvel Studios menghadapi dua tantangan sekaligus: mempertahankan sambutan baik fans sepeninggal Iron Man dan bertahan di tengah situasi bioskop pascapandemi.

Marvel Studios akhirnya merespons tantangan ini dengan ‘cara aman’ berupa komodifikasi terhadap ikon-ikon yang menjadi favorit fans. Melihat ledakan keuntungan *Spiderman: No Way Home* (2021) yang menghadirkan berbagai karakter dan pemeran dari adaptasi lamanya, Marvel Studios mulai menerapkannya pada film lain seperti *Deadpool and Wolverine* (2024) yang akhirnya meraih total pendapatan sebesar 1,3 miliar dolar AS. Situasi ini membuat wacana komodifikasi nostalgia lantas berkembang di antara fans dan audiens secara umum. Mengandalkan nilai dan keterikatan historis karakter dengan fans untuk

meraih keuntungan menjadi hal-hal yang kerap masuk dalam ruang diskusi fans.

Pembahasan

Temuan pada kolom komentar unggahan PSR menunjukkan satu keterikatan pemahaman: bahwa keputusan untuk mengembalikan RDJ ke produk-produk layar lebar MCU dianggap sebagai bentuk keputusan. Pemahaman ini bukan suatu hal yang timbul begitu saja sebagai respons sesaat audiens.

Opini-opini yang muncul merupakan puncak pengalaman kolektif dalam mengonsumsi konten-konten MCU dengan kehadiran RDJ di dalamnya. Setelah hampir dua dekade kerap muncul dalam film-film MCU, sang aktor telah bersinonim dengan waralaba itu sendiri. Telah terbentuk praktik sosial yang mengamini eksistensi komplementer MCU dan RDJ. Ketika Marvel menyelesaikan arc penceritaan fase 3, fans membentuk pemahaman baru bahwa MCU telah memperbarui diri, melepaskan ketergantungannya pada relasi mutualisme dengan RDJ. Namun, makna ini seolah dengan cepat dibantah melalui kembalinya sang aktor di tengah resepsi audiens terhadap film-film baru MCU yang memang kurang baik secara kritik maupun perolehan. Fans pun menyimpulkan bahwa secara ekonomi, MCU masih perlu bergantung pada kekuatan bintang RDJ, sekalipun telah banyak inovasi penceritaan kreatif yang ditelurkan sejak usainya kisah karakter Iron Man.

Pengalaman dan kesadaran fans membentuk wacana komodifikasi nostalgia. Relasi MCU dan RDJ telah menjadi suatu peninggalan tak benda. Ketika peninggalan ini kemudian dijual kembali sebagai produk baru, obrolan mengenai komodifikasi pun tak dapat lagi dihindarkan. Perbincangan kritis-skeptis kemudian terbentuk sebagai praktik baru terhadap perkembangan industri budaya populer. Fans merasa mereka direduksi menjadi strategi ‘bisnis’ nostalgia. Sebagaimana Niemeyer & Keightley (2020), bisnis ini merupakan langkah komersial terselubung untuk mengekstrak keuntungan ekonomi dari proses nostalgia atau nostalgising. Artinya, suatu memori yang terbentuk sendiri dari pengalaman kolektif justru dipasarkan kembali, memosisikan para penggemar sebagai konsumen bisnis atas memori mereka sendiri.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian wacana terhadap komentar yang telah dilakukan membawa peneliti pada kesimpulan bahwa audiens adalah sosok aktif yang mampu membentuk praktik sosial terhadap munculnya produk-produk budaya populer. Secara tidak langsung, praktik atau wacana ini membentuk lanskap yang begitu dinamis dan menuntut industri untuk mampu berkejaran dalam proses produksinya. Kehadiran media sosial makin mendorong pembentukan wacana melalui produktivitas enuciative dari para penggemar.

Melalui media sosial, para penggemar secara bebas mengungkapkan rasa skeptis pada film-film Marvel Studios mendatang karena menjadikan keterikatan memori fans sebagai tumpuan ekonomi utama dalam pengembangan industri. Alih-alih memperkuat karakter baru, Marvel Studios justru hanya bergantung pada kekuatan bintang RDJ yang telah terbukti mendulang perolehan tinggi. Akhirnya, para fans jadi membayar kembali untuk memori yang terbentuk dalam pengalamannya mengkonsumsi suatu konten di masa lalu. Maka, wacana komodifikasi nostalgia bukanlah respons spontan, melainkan suatu praktik yang secara mendalam didasari oleh pengalaman dan pembentukan memori kolektif.

Wacana yang muncul dalam interaktivitas fans sangat berguna bagi keberlangsungan industri budaya populer. Sikap skeptis yang tampak dari beberapa komentar menjadi bentuk kepedulian kritis dari fans supaya Marvel Studios dapat mengembangkan industri kreatifnya tanpa harus selalu bertumpu pada optimalisasi nilai tukar di atas nilai guna dan estetika. Keberhasilan produk budaya sangat ditentukan oleh apresiasi publik dan pandangan terhadap proses-proses yang terjadi di balik layar. Maka, peneliti mendorong supaya riset terkait wacana dalam diskusi fans terus dilakukan untuk menjamin perkembangan industri budaya populer benar-benar mengarah pada eksplorasi kreatif ketimbang ketergantungan pada proses-proses nostalgia.

DAFTAR PUSTAKA

Barker, C. (2014). *Kamus Kajian Budaya*. PT Kanisius.
Becker, T. (2018). 1. The meanings of nostalgia: genealogy and critique. *History and Theory*,

57(2), 234-250. <https://doi.org/10.1111/hith.12059>
Brandt, J., & Clare, C. (2018). *An Introduction to Popular Culture in the US*. Bloomsbury.
Carson, L., et al. (2024, April 8). The 30 Highest-Grossing Movies of All Time. *Variety*. <https://variety.com/lists/highest-grossing-movies-of-all-time/avatar-2009/>
Cinepoint. (2024). Weekly Top Box Office [Data set]. <https://cinepoint.com/#/pages/tbo?page=0&limit=10&month=10&freq=WEEKLY>
Crossman, A (2024, July 30). Sociological Definition of Popular Culture. *ThoughtCo*. <https://www.thoughtco.com/popular-culture-definition-3026453>
Debord, G. & Knabb, K. (2005). *Society of Spectacle*. Rebel Press.
Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS Yogyakarta.
Fiske, J. (1992). *The Cultural Economy of Fandom*. In Lewis, L. A. (Eds.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Routledge.
Hermann, C. (2021). *The Critique of Commodification: Contours of a Post-Capitalist Society*. Oxford University Press.
Hughes, M. (2024, January 5). What Really Caused Superhero Fatigue In 2023 And How To Fix It. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/markhughes/2024/01/04/what-really-caused-superhero-fatigue-in-2023-and-how-to-fix-it>
Husein, M. C. (2024). *Wacana Nostalgia dalam Film Remake Serial Lama (Analisis wacana kritis Norman Fairclough pada film Keluarga Cemara)*. [Master's Theses, Universitas Gadjah Mada]. Universitas Gadjah Mada Theses & Dissertations.
Løkkevig, M. C. (2021). The audience's impact on the film industry: A deep dive into Sonic the Hedgehog (2020) and how they handled backlash from the internet [Bachelor's thesis, Norwegian University of Science and Technology]. NTNU Open. <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/2776667>
Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta. Universitas Indonesia Press.
Niemeyer, K. & Keightley, E. (2020). The commodification of time and memory: Online communities and the dynamics of commercially produced nostalgia. *New Media & Society*, 22(9), 1639-1662. <https://uk.sagepub.com/en-gb/journals-permissions>
Play Stop Rewatch [@playstoprewatch]. (2024, July 28). Semua Pengumuman MCU di San Diego Comic Con 2024 [Carousel]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C983sJEyLGI/>

- Ponce, M. (2024, August 26). 2024 Pop Culture: A Nostalgic Revival or a Cash-Grab in Harsh Times? The Daily Utah Chronicle. <https://dailyutahchronicle.com/2024/08/26/d23-expo-revival-or-cash/>
- Putri, S. K. & Gautama, M. I. (2022). Interaksi Sosial di Dunia Digital (Analisis Wacana Kritis terhadap Kolom Komentar Podcast Close The Door di Channel Youtube Deddy Corbuzier). *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 5(2), 180-189. <http://dx.doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.611>
- Sobur, A. (2018). Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. Rosda.
- Söğütölür, T. (2025). The Commodification of Nostalgia: Tracing the Past in Streaming Services. *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, 11 (1), 40-61. <https://doi.org/10.46442/intjcass.1639141>
- Syamsuddin, A. R. (1992). Studi Wacana: Teori-Analisis-Pengajaran. *Mimbar Pendidikan Bahasa dan Seni FPBS IKIP Bandung*.
- Tanner, G. (2016). *Babbling Corpse: Vaporwave and The Commodification of Ghosts*. Zero Books.
- Tarunika, A. I. (2024). Analisis konten tren gelang persahabatan Taylor Swift di “The Eras Tour” melalui perspektif interaksionisme simbolik dalam komunikasi komunitas. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 194-200. <http://dx.doi.org/10.21831/lektur.v7i3.23068>
- The Numbers. (2024). All Time Worldwide Box Office [Data set]. <https://www.the-numbers.com/box-office-records/worldwide/all-movies/cumulative/all-time>
- Venäläinen, J. (2018). Culturalization of the Economy and the Artistic Qualities of Contemporary Capitalism. In Alexander, D. V., et al. (Eds.), *Art and the Challenge of Markets Volume 2: From Commodification of Art to Artistic Critiques of Capitalism*. Palgrave-Macmillan.
- Zaucha, T. & Agur, C. (2024). Newly minted: Non-fungible tokens and the commodification of fandom. *New Media & Society*, 26(4), 2234-2255. <https://doi.org/10.1177/14614448221080481>