

ABSTRAK

Para produsen bersaing keras untuk menarik perhatian konsumen yang semakin pendek. Dalam menghadapi persaingan tersebut, beberapa produsen menggunakan pendekatan humor dalam mempromosikan produk. Transformasi digital di saat yang sama mendorong produsen untuk beralih dari praktik pemasaran tradisional ke praktik pemasaran menggunakan media sosial yang berpotensi meningkatkan efektivitas promosi produk. Dalam konteks inilah, pemasaran dengan pendekatan humor di media sosial menjadi semakin populer dewasa ini. Para peneliti telah menunjukkan adanya asosiasi positif antara humor dengan emosi khalayak. Asosiasi positif ini dapat membantu produsen untuk menciptakan hubungan positif dengan konsumen. Studi ini melihat bagaimana pendekatan humor di media sosial dapat diterapkan untuk mensukseskan kampanye pemasaran dalam kasus rilis bioskop sebuah film animasi studio Barat.

Kata kunci: *humor ketidaksejajaran, media sosial, strategi pemasaran, film animasi*

ABSTRACT

Companies are competing fiercely to attract ever shorter consumer attention. To avoid this problem, many corporations take the path of humor in promoting their products. Marketers are starting to shift attention away from traditional marketing practices to social media which is potentially the next step to ensure the success of their marketing campaigns. Marketing with a humorous approach is increasingly becoming popular on social media. Researchers have previously shown that people associate humor with something positive. These positive emotions can help brands to create positive relationships with consumers. This study looks at how a humorous approach in social media can be used and implemented to create a successful marketing campaign for the theatrical release of a Western studio's animated film.

Keywords: *Incongruity humor, social media, marketing strategy, animated film*