

ABSTRACT

Anggara, Dwi Cipta. 2021. *Audiences' Motives for Watching Marvel Movies in Cinema: A Case Study of Avengers: Endgame*. Thesis. Supervisor 1: Ririn Kurnia Trisnawati, S.S., M.A., Supervisor 2: Muhammad Taufiqurrohman, S.S., M.Hum., External Examiner: Rosyid Dodiyo, S.S., M.Hum. Ministry of Education, Culture, Research and Technology, Universitas Jenderal Soedirman, Faculty of Humanities, English Department, English Literature Study Program, Purwokerto.

This research is entitled *Audiences' Motives for Watching Marvel Movies in Cinema: A Case Study of Avengers: Endgame*. The purpose of the research is to find out about why the audiences watch Anthony and Joe Russo's *Avengers: Endgame* (2019) in the cinema. The researcher used qualitative method in analyzing the data. The primary data are taken from the results of interviews with 40 participants with different ages, from high school students, college students and adults. *Avengers: Endgame* is the 22nd film which is also the closing film of a continuous series of marvel films from phase 1 to phase 3. This research focuses on studying various reasons and motives of people as the basis of their action. In addition, the researcher employed Ajzen and Fishbein's Theory of Planned Behavior (1991) to find out the reasons people watch *Avengers: Endgame* in the cinema. The researcher also employed Maslow's Hierarchy of Needs Theory (1970) to classify the motives in order to see the strongest motives of the audience to watch *Avengers: Endgame* in the cinema. The result of this research shows that there are five factors motivating people to watch *Avengers: Endgame* in the cinema: having more experiences, joining the hype, anticipating the storyline, admiring Marvel's films and participating for Marvel. These factors are based on their beliefs, assumptions, experiences, thinking time and information.

Keywords: *Theory of Planned Behavior, Maslow Hierarchy of Needs, Avengers: Endgame*

ABSTRAK

Anggara, Dwi Cipta. 2021. *Audiences' Motives for Watching Marvel Movies in Cinema: A Case Study of Avengers: Endgame*. Skripsi. Dosen pembimbing 1: Ririn Kurnia Trisnawati, S.S., M.A., Dosen pembimbing 2: Muhammad Taufiqurrohman, S.S., M.Hum., Dosen penguji: Rosyid Dodiyanto, S.S., M.Hum. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, Universitas Jenderal Soedirman, Fakultas Ilmu Budaya, Sastra Inggris, English Literature Study Program, Purwokerto.

Penelitian ini berjudul *Audiences' Motives for Watching Marvel Movies in Cinema: A Case Study of Avengers: Endgame*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengapa orang-orang menonton *Avengers: Endgame* karya Anthony dan Joe Russo di bioskop. Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam menganalisis data. Data primer diambil dari hasil wawancara dengan 40 partisipan dengan usia yang berbeda-beda mulai dari siswa SMA, mahasiswa dan orang dewasa. *Avengers: Endgame* merupakan film ke-22 yang juga merupakan film penutup dari rangkaian film-film Marvel yang saling berkesinambungan dari fase 1 sampai fase 3. Penelitian ini berfokus untuk mempelajari berbagai alasan dan motif orang-orang sebagai dasar dari tindakan yang mereka ambil. Selain itu, peneliti menggunakan teori dari Ajzen dan Fishbein (1991) tentang teori yang direncanakan untuk mengetahui alasan orang-orang menonton *Avengers: Endgame* di bioskop. Peneliti juga menggunakan teori dari Maslow (1970) tentang tingkatan kebutuhan manusia untuk mengklasifikasikan dan melihat motif terkuat orang-orang menonton *Avengers: Endgame* di bioskop. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada lima faktor yang memotivasi orang-orang untuk menonton *Avengers: Endgame* di bioskop. Kelima faktor tersebut adalah pencarian pengalaman yang lebih baik, mengikuti tren, mengikuti jalan cerita, mengagumi film-film Marvel dan ikut berpartisipasi untuk Marvel. Faktor-faktor ini didasarkan pada keyakinan, asumsi, pengalaman, waktu berpikir, dan informasi yang mereka miliki.

Kata Kunci: *Teori Kebiasaan yang Direncanakan, Tingkatan Kebutuhan Maslow, Avengers: Endgame*