

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian deskriptif kuantitatif, dimana Penulis akan mendeskripsikan mengenai pengaruh Rating user di IMDb terhadap keputusan *audiene* dalam menonton film *Halfworlds*. Internet Movie Database (IMDb) adalah situs web yang menyediakan informasi mengenai film dari seluruh dunia, termasuk orang-orang yang terlibat di dalamnya mulai dari aktor/aktris, sutradara, penulis sampai penata rias dan soundtrack. Pemilihan rating Karena posisi rating di dalam IMDb tepat dibawah judul, dan rating terlihat lebih menarik dibandingkan yang lain. Kita bisa mendapatkan synopsis dari banyak sumber di internet, begitu pula dengan trailer film. Namun, yang menjadi pusat perhatian dalam situs ini adalah review berupa angka dan review berupa tulisan yang dikemas menarik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris tentang pengaruh media IMDB.com terhadap keputusan audience dalam menonton film.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh rating dalam situs IMDb terhadap keputusan audiens dalam menonton film *Halfworlds*. Secara akademis penelitian ini memiliki kajian baru tentang keberadaan social networking sites sebagai salah satu tools dalam komunikasi pemasaran, dan juga sebagai bagian dari proses pemahaman dari perilaku konsumen. Untuk itu diharapkan penelitian ini dapat menguraikan teori-teori new media dan komunikasi untuk memperluas wawasan mengenai new media sebagai salah satu marketing communication tools dan perilaku konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh rating Film Imdb terhadap keputusan menonton film hanya sebesar 0,1 %. Studi pada film *halfworlds* menunjukkan kecilnya pengaruh yang diberikan rating film Imbd terhadap Keputusan untuk menonton Film ini.

Kata Kunci: Rating film, IMDb, Halfworld, Keputusan Menonton.