

Abstrak

Kesuksesan sebuah film dapat dilihat dari banyaknya penonton yang menonton film tersebut. Seperti film AADC 2 yang merupakan kelanjutan dari film AADC 1 yang tayang pada tahun 2002, berhasil mencapai tiga juta penonton kala itu. Kemunculan film ini menjadi fenomena yang melibatkan generasi Y. Sehingga, terjadilah proses komunikasi lintas generasi yang terpaut jarak selama 14 tahun, atau bisa dikatakan terjadi percakapan berdasarkan pengalaman dari mulut ke mulut atau *word of mouth* (WOM) yang dilakukan oleh penonton dari dua generasi tersebut.

Kata kunci: generasi Y, *word of mouth* (WOM), film AADC 2