

FILM *DOCTOR STRANGE IN THE MULTIVERSE OF MADNESS* (2022) SEBAGAI BUDAYA POPULER: SEBUAH PERSPEKTIF PENONTON INDONESIA

Rifka Pratama^{1*}

¹ Program Studi Sastra Inggris, Kajian Budaya Amerika, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro Semarang, Jl. Prof. Soedarto, SH. Tembalang Semarang 50275

*Corresponding author: pratamarifka@live.undip.ac.id

Abstract. *CNBC Indonesia revealed that until July 2020 there were 11 million Indonesian moviegoers who contributed approximately a total of 486 billion to the selling of the Avengers: End Game film tickets. The most recent Marvel Studios film, Doctor Strange in the Multiverse of Madness, starting from May 11 to 15, 2022 grossed 15.7 billion dollars in the Indonesian market. The euphoria of the Indonesian moviegoers about these two films continues in various expressions. It is reflected in many conversations on social media. The mass production of the MCU film merchandise also indicates the wave of euphoria. Film industry has long been closely correlated with the constructs of popular culture. Commercialism, the mass acceptance, and the euphoria throughout the film release reflect the manifestations of popular culture. This article discusses the indicators suggesting that Doctor Strange in the Multiverse of Madness is a product of popular culture in Indonesia. Among the existing indicators are its success in targeting the Indonesian moviegoers through the media, commercialism, and the presence of Indonesian public euphoria.*

Keyword:

Film, MCU, Marvel Studios, Doctor Strange, popular culture

Article Info

Received: 22 April 2022

Accepted: 14 June 2022

Published: 17 June 2022

1. Pendahuluan

Masyarakat Indonesia tidak asing lagi dengan film-film berbasis tokoh adiwira Marvel. Bagi banyak kalangan, film-film Marvel menarik untuk diikuti. Dikutip dari laman resmi *Marvel.com*, *Marvel Entertainment*, LLC, merupakan sebuah perusahaan hiburan berbasis karakter. Disebutkan terdapat lebih dari 8.000 karakter dalam jagat Marvel¹. Sebagai perusahaan, Marvel menggunakan waralaba karakternya secara mendunia dalam berbagai industri hiburan, lisensi, dan penerbitan. *Marvel Entertainment* bercabang menjadi *Marvel Cinematic Universe* (MCU), sebuah waralaba media Amerika yang dibentuk oleh *Marvel Studios* (rumah produksi tayangan film dan televisi). Pada laman *Marvel Cinematic Universe Wiki*

¹ Marvel Entertainment. 2022. *Marvel Corporate Information*. Diambil kembali dari <https://www.marvel.com/corporate/about> (Diakses pada 2 Juni 2022).

disebut bahwa franchise MCU sebagian besar terdiri atas film-film yang dibuat secara independen oleh Marvel Studios². Hal yang juga dilakukan oleh Marvel dengan industri komik mereka.

Karakter-karakter MCU diselebrasi tidak hanya selama menonton film, tetapi juga berlanjut melalui produksi fashion, mainan, alat tulis, gim, gawai, aksesoris, dan lain-lain yang bertema MCU. Tentu saja kesemuanya ini bernilai komersial. Satu di antara banyak karakter terkenal MCU adalah *Doctor Strange*. Pada 5 Mei 2022 film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* resmi tayang perdana di bioskop Indonesia³. CNN Indonesia menyebut bahwa film ini menjadi film terlaris kedua yang menembus *box office* selama pandemi Covid-19⁴. Bahkan, masih merujuk sumber yang sama, posisi tersebut diraih kurang dari dua minggu sejak awal tayang. Film Marvel Studios sebelumnya, *Spiderman No Way Home*, di sisi lain meraih rekor yang lebih spektakuler dalam catatan sejarah industri bioskop di Indonesia. Dalam konteks industri perfilman, jelas bahwa karakter-karakter MCU telah menjadi salah satu formula penting dalam menarik minat penonton film Indonesia.

Antusiasme tinggi penonton Indonesia terhadap film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* tampak dari beberapa fenomena. Penjualan tiket film tersebut tergolong laris bahkan sejak masa *pre-sale* satu minggu sebelumnya. Ketertarikan terhadap sebuah film relatif dapat diukur dari berapa jumlah tiket yang terjual. Tingkat penjualan tiket yang relatif cepat laku ini didukung oleh faktor di luar film seperti media. Sebelum masa tayangnya, berbagai media di Indonesia membuat liputan mengenai film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness*. Banyak juga pengamat film ataupun akun-akun media sosial penggemar jagat Marvel di Indonesia membuat ulasan dan prediksi mengenai apa yang akan diceritakan pada film tersebut. Pada gilirannya, hal itu memunculkan diskusi-diskusi menarik dari para penggemar dan penikmat film secara umum. Media, dengan demikian, menjadi tempat sekaligus pemicu lahirnya komentar-komentar mengenai film ini. Selama masa tayang film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness*, banyak bermunculan penjualan merchandise bertema film tersebut. Selain menikmati film, masyarakat luas bereuforia dengan membeli dan mengoleksi merchandise tersebut.

Atas dasar beberapa gagasan, film dapat dikategorikan sebagai manifestasi budaya populer. Sebuah definisi menyebut budaya populer adalah artefak-artefak budaya atau konten media yang diproduksi untuk kalangan luas⁵. Istilah “kalangan luas” disini berimplikasi atas adanya “kalangan terbatas” di kesempatan lain (*segmented/elite*). Dalam referensi awal tadi, budaya populer berkaitan dengan kesuksesan komersil. Kidd (2017) menyatakan bahwa budaya populer adalah seperangkat praktik, kepercayaan, dan objek yang mengandung makna-makna yang paling dipahami bersama secara luas dari suatu sistem sosial. Menurutnya, budaya populer antara lain mencakup objek media, hiburan dan kesenangan, mode dan tren, dan konvensi linguistik⁶. Sementara itu, Storey (2009) berpendapat bahwa budaya populer adalah (bentuk-bentuk) budaya yang tersisa, setelah kita memutuskan apa itu

² Marvel Cinematic Universe Wiki. 2022. *Marvel Cinematic Universe*.

https://marvelcinematicuniverse.fandom.com/wiki/Marvel_Cinematic_Universe (Diakses pada 1 Juni 2022).

³ 2022. <https://www.fokussatu.id/lifestyle/pr-953347710/film-doctor-strange-in-the-multiverse-of-madness-resmi-tayang-perdana-di-bioskop-indonesia> (Diakses pada 25 Mei 2022).

⁴ Indonesia, C., 2022. *Doctor Strange 2, Film Box Office Tersukses Kedua di Era Pandemi*.

<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220514104212-220-796720/doctor-strange-2-film-box-office-tersukses-kedua-di-era-pandemi> (Diakses pada 1 Juni 2022).

⁵ Oxford Reference. 2022. *Popular Culture*. <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100337521> (Diakses pada 1 Juni 2022).

⁶ Oxford Reference. 2022. *Popular Culture*. <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100337521> (Diakses pada 1 Juni 2022).

budaya adiluhung (*high culture*)⁷. Melengkapi pandangannya, ia menyatakan bahwa revolusi industri dan urbanisasi memicu perkembangan bentuk-bentuk budaya populer. Budaya populer berdampak pada banyak aspek kehidupan masyarakat dimana ia dapat mempengaruhi pikiran orang mengenai apa yang harus ia pilih, musik jenis apa yang ia dengar, pakaian yang ia kenakan, ataupun makanan yang ia makan (Storey, 2009). Film dari Marvel Studios menjadi bagian dari budaya populer atas dasar beberapa konsep ini. Sebagian film adalah konten media yang diproduksi untuk kalangan luas, dikomersialisasi, dan dapat mempengaruhi penikmatnya.

Fenomena yang terjadi sebelum, selama, dan pasca tayangnya film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* di Indonesia dapat dikaji dari berbagai perspektif. Fenomena seputar *Doctor Strange* tersebut bisa jadi merefleksi apa yang tadi disebut sebagai budaya populer. Setidaknya terdapat beberapa hal yang mendasari indikasi ini yaitu popularitasnya, komersialisme, euforia, segmen yang luas (berorientasi massa), persentuhannya dengan media, dan tentu saja pengaruh-pengaruhnya yang relatif besar bagi industri dan penikmat film di Indonesia dan negara lain. Tulisan ini berupaya mengelaborasi sebagian indikasi tersebut sehingga menjadi semakin jelas pada poin apa saja film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* adalah bagian dari budaya populer dalam pengamatan penonton Indonesia.

2. Metode

Dalam menulis artikel ini digunakan dua metode utama yang mencakup cara pengumpulan data dan dari sisi apa data tersebut dianalisa. Data yang dimaksud bersumber dari pustaka yang berbentuk cetak maupun elektronik. Sumber-sumber dari buku, artikel jurnal, berita, dan lainnya digunakan sebagai sumber utama maupun pendukung dalam tulisan ini. Pengumpulan data dilakukan dengan metode studi pustaka dimana seorang penulis akan melakukan riset dan pembacaan intensif atas materi-materi yang terkait dengan topik yang telah dipilih. Selanjutnya, data-data yang ada akan diinventarisasi dan ditafsirkan secara kualitatif dalam sorotan atau kerangka teori yang telah ditentukan. Dalam konteks ini, analisa akan berfokus pada aspek-aspek media, sosiologis, dan budaya. Secara spesifik, dalam tulisan menggunakan teori budaya populer dalam menganalisa data yang tersedia.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Popularitas *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* di Indonesia

Tokoh *Doctor Strange* atau Dr. Stephen Strange dikenal secara lebih populer oleh publik Indonesia melalui film *Doctor Strange (2016)*. Melalui komik-komik Marvel, para penggemar di Indonesia sebenarnya telah mengenal sosok tersebut. Film *Doctor Strange (2016)* secara resmi dirilis di Indonesia pada tanggal 26 Oktober 2016. Mengutip Suryawinata (2016), film tersebut masuk dalam jajaran film MCU *Phase 3* yang diawali oleh *Captain America: Civil War*⁸. Disutradari oleh Scott Derrickson dengan pemeran utama Benedict Cumberbatch sebagai *Doctor Strange*, film ini berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia. Media elektronik

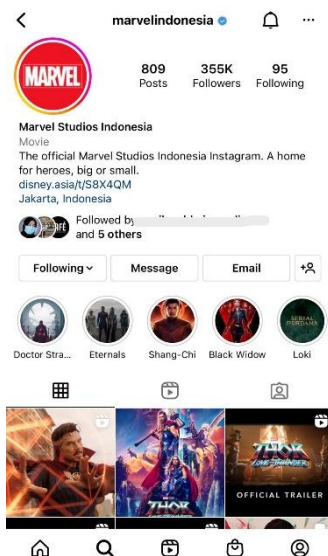
⁷ Oxford Bibliographies. 2022. *Popular Culture*. <https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756384/obo-9780199756384-0193.xml> (Diakses pada 2 Juni 2022).

⁸ Jagat Review. 2022. *Review Film: Doctor Strange* • *Jagat Review*. <https://www.jagatreview.com/2016/10/review-film-doctor-strange/> (Diakses pada 25 Mei 2022).

menyebut bahwa di awal rilisnya di Indonesia *Doctor Strange (2016)* menjadi *trending topic twitter*⁹.

Melanjutkan film *Doctor Strange (2016)*, *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* tak kalah sukses. Situs *Mojo Box Office* mencatat adanya pendapatan kotor senilai 19 miliar dolar sejak rilis pertamanya sampai 22 Mei 2022 di Indonesia¹⁰. Dengan jumlah sebesar itu, terdapat kemungkinan kuat dimana penonton film tersebut bukan hanya berasal dari kalangan penggemar Marvel. Rilis pertama di Indonesia bersamaan dengan suasana Idul Fitri 2022. Ini kemudian membuatnya menjadi sajian hiburan yang dapat menasar kalangan lebih luas. Dalam konteks ini, popularitas *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* bisa jadi semakin terekspos seiring dengan tradisi masyarakat Indonesia yang sedang berkumpul dengan keluarga selama hari raya. Perbincangan mengenainya kemudian menjadi semakin intensif dan tersebar.

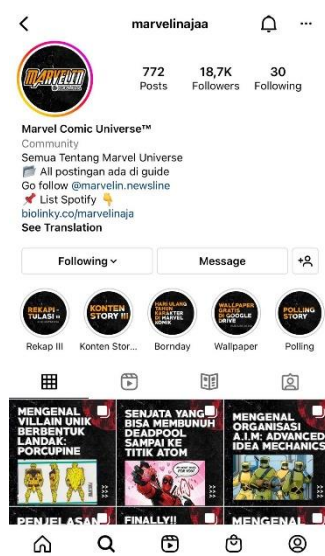
Label “Marvel” pada film *Doctor Strange* menjadi daya tarik bagi penonton Indonesia. Cerita yang saling terkoneksi antar film juga menjadi salah satu faktor. Tokoh *Doctor Strange* muncul lebih belakangan dibandingkan dengan karakter-karakter yang tergabung dalam *Avengers* dalam beberapa film Marvel sebelumnya. Hal ini membuat para penonton Indonesia penasaran dengan sosok adiwira tersebut.



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3

Sebagai rumah produksi film-film karakter MCU, *Marvel Studios* mempopulerkan karya mereka melalui beragam cara. Di Indonesia sendiri, *Marvel Studios* secara resmi menaungi *Marvel Studios Indonesia*. Melalui platform Instagram, *Marvel Studios* Indonesia secara aktif mempromosikan konten-konten MCU. Hingga 24 Mei 2022, tercatat sejumlah 355.000an *follower* akun *Marvel Studios Indonesia* dengan rata-rata penonton konten aktif berjumlah

⁹ Oke Celebrity. 2022. *TERHEBOH: Doctors Strange Jadi Trending Topic Setelah Tayang di Indonesia*.

<https://celebrity.okezone.com/read/2016/10/28/206/1526672/terheboh-doctors-strange-jadi-trending-topic-setelah-tayang-di-indonesia> (Diakses pada 25 Mei 2022).

¹⁰ Box Office Mojo. 2022. *Doctor Strange in the Multiverse of Madness - Box Office Mojo*.

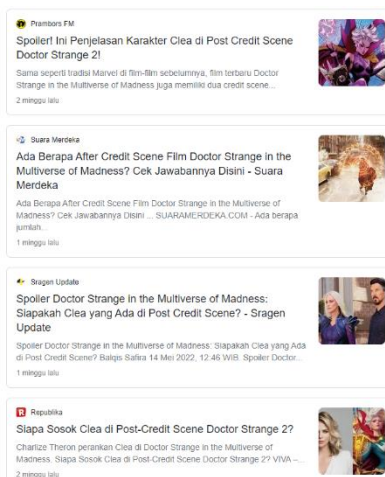
<https://www.boxofficemojo.com/release/r12109768449/weekend/> (Diakses pada 25 Mei 2022).

10.000 - 552.000¹¹. Selain akun resmi, banyak bermunculan akun-akun *fan base* yang juga secara aktif membuat konten mengenai MCU. Di antara akun-akun ini adalah “Marvelinajaa” dengan jumlah *follower* 18.700-an, “Marvel.indo” dengan *follower* berjumlah 120.000-an, dan akun-akun lain^{12,13}. Kesemuanya membahas film-film Marvel Studios yang sedang tayang termasuk *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)*.

Popularitas film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* di Indonesia dapat ditakar dari jumlah total penjualan tiket. Dalam konteks industri film Indonesia, jumlah nominal pembelian yang telah disebutkan sebelumnya mengindikasikan tingkat popularitas film *Doctor Strange* yang tinggi. Jumlah tersebut besar kemungkinan akan bertambah. Belum lagi, jika popularitas ini ditarik ke konteks karya lain seperti komik. Di Indonesia, telah banyak penggemar MCU baik sebagai individu maupun komunitas seperti Komunitas Marvel Indonesia (KMI) dan banyak komunitas serupa di daerah-daerah. Meski begitu, memang, popularitas dan keberterimaan atas film Marvel Studios tidak selalu stabil di Indonesia. Dalam konteks film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* di Indonesia, popularitas tampak dari adanya pemberitaan media secara intensif, euforia publik, dan penjualan tiket yang laris.

3.2 Media di Indonesia dan Liputan-liputan tentang *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)*

Dalam konteks budaya populer, media memiliki andil besar dalam menjadikan suatu gagasan, produk, ataupun perilaku / aktivitas menjadi populer dan diterima oleh kalangan luas. Di antara ciri khas film-film Marvel Studios adalah adanya *post-credits scene*. Adegan-adegan di akhir film tersebut menjadi sebuah *clue* untuk film-film selanjutnya. Dalam pemberitaan media, *post-credit scenes* tersebut akan menjadi topik yang menarik dibahas. Prediksi-prediksi atas peristiwa yang akan terjadi dalam sebuah film menjadi bahan yang banyak dicari dan diperbincangkan. Dalam hal ini, *Marvel Studios* bahkan telah dapat berwacana sebelum sebuah film barunya dirilis.



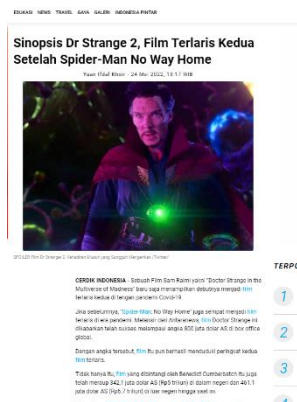
Gambar 4

¹¹ Instagram.com. 2022. <https://www.instagram.com/marvelindonesia/> (Diakses pada 2 Juni 2022)

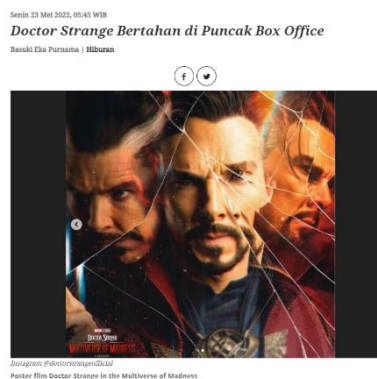
¹² Instagram.com. 2022. <https://www.instagram.com/marvel.indo/> (Diakses pada 2 Juni 2022)

¹³ Instagram.com. 2022. <https://www.instagram.com/marvelinajaa/> (Diakses pada 2 Juni 2022)

Di Indonesia, berbagai media secara aktif membahas film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* (2022). Hal ini terjadi terutama di masa film tersebut masih dalam jadwal tayang. Topik pembahasan mengenai film tersebut juga beragam. Beberapa media di Indonesia membahas sinopsis dan prediksi cerita, jumlah penjualan tiket, posisi film di *box office*, pandangan tokoh publik mengenai film, penjelasan atas karakter-karakter baru, teori-teori ilmiah terkait film, dan lain-lain. Topik-topik mengenai film adalah materi yang menarik untuk sebuah konten media. Dalam perspektif yang transaksional, relasi antara film dan media bahkan saling menguntungkan.

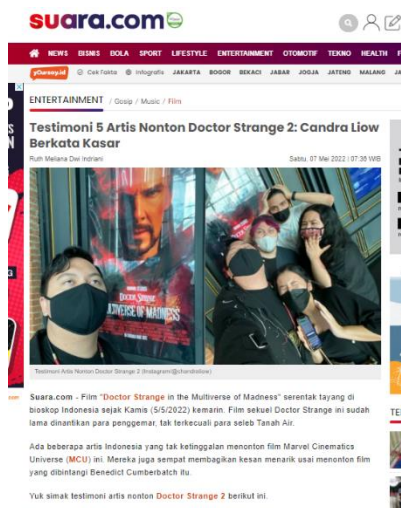


Gambar 5

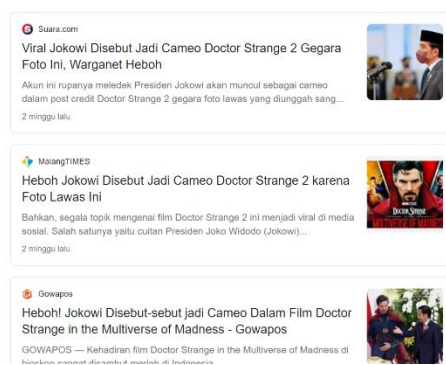


Gambar 6

Di antara salah satu topik pembahasan media yang menarik mengenai film *Doctor Strange* adalah pandangan atau pengalaman figur publik Indonesia setelah menonton film tersebut. Model pemberitaan seperti ini dalam konteks konsumsi informasi di Indonesia menjadi salah satu dengan potensi *clickbait* yang banyak. Apalagi dengan model judul provokatif. Media suara.com (2022), misalnya, membuat judul berita "Testimoni 5 Artis Nonton Doctor Strange 2: Candra Liow Berkata Kasar"¹⁴.



Gambar 7



Gambar 8

¹⁴ Suara.com. 2022. *Testimoni 5 Artis Nonton Doctor Strange 2: Candra Liow Berkata Kasar*.

<https://www.suara.com/entertainment/2022/05/07/073617/testimoni-5-artis-nonton-doctor-strange-2-candra-liow-berkata-kasar> (Diakses pada 2 Juni 2022).

Figur publik tidak selalu selebritis. Dalam banyak kesempatan, para pejabat negara di Indonesia juga menjadi bagian dari judul pemberitaan media dengan topik serupa. Film yang sebelumnya mungkin saja sangat berjarak dengan preferensi calon penonton, kemudian dapat menarik perhatiannya karena terdapat impresi dari sang figur publik. Figur publik di tengah industri film, dengan demikian, berperan sebagai sebagai *influencer*.

3.3 Efek *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* di Indonesia

Budaya populer memiliki pengaruh signifikan pada masyarakat. Sejak berita penayangannya diketahui publik Indonesia, film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* terus menjadi perbincangan khususnya di antara para penggemar MCU. Beberapa media Indonesia menyebut pada 6 Mei 2022 film *Doctor Strange* menjadi *trending topic* teratas dengan kata kunci *#doctorstrange*. Publik Indonesia turut menyumbang cuitan tentang film *Doctor Strange* yang sedang tayang tersebut. Akun twitter @Marvfess mengabadikan *trending topic Doctor Strange* yang terjadi tiga bulan sebelum penayangan perdananya di Indonesia.



Gambar 9



Gambar 10

Antusiasme dan respon dalam bentuk ujaran tertulis dapat mengindikasikan adanya pengaruh film tersebut kepada publik. *Twitter* sebagai media memberi ruang ekspresi dimana pada saat yang sama juga turut mempopulerkan film *Doctor Strange 2*. Dalam konstruk budaya populer, terdapat kaitan erat antara media dan produk-produk budaya populer. Secara komersial, media dapat berperan dalam keperluan promosi. Di sisi lain, media juga dapat menjadi pencipta budaya. Media dalam konteks ini juga merupakan bagian dari industri hiburan dunia. Sejak diumumkannya produksi film *Doctor Strange*, media di Indonesia turut menjadikannya sebagai topik pemberitaan yang dikonsumsi oleh publik secara luas. Jumlah pemberitaan yang masal dan menysar publik inilah yang kemudian menjadi refleksi bahwa *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* adalah bagian dari budaya populer. Melalui media inilah kemudian publik juga terpengaruh dalam tingkatan yang beragam.

Selain di media, euforia atas *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* juga ditampilkan melalui gambar atau ilustrasi pada produk-produk populer seperti gawai, kaos, topi, tas, dan lain-lain. Sebuah *brand* gawai bernama "Infinix" misalnya berkolaborasi dengan

Marvel meluncurkan produk gawai bergambar *Doctor Strange*¹⁵. Di Indonesia, hal serupa juga terjadi dengan produk yang berbeda. Seperti dilansir Antara News Indonesia, perusahaan minyak bumi Shell berkolaborasi dengan Disney menjelang penayangan perdana *Doctor Strange 2* di Indonesia. Bentuk kolaborasi ini berupa pemberian *merchandise* bertema *Doctor Strange* bagi konsumen Shell. Tidak hanya itu, konsumen Shell berkesempatan mendapat undian hadiah jalan-jalan ke luar negeri. Para penonton *Doctor Strange 2* juga berburu *collectible ticket* yaitu bentuk tiket yang tampak *premium* dan dapat dikoleksi.

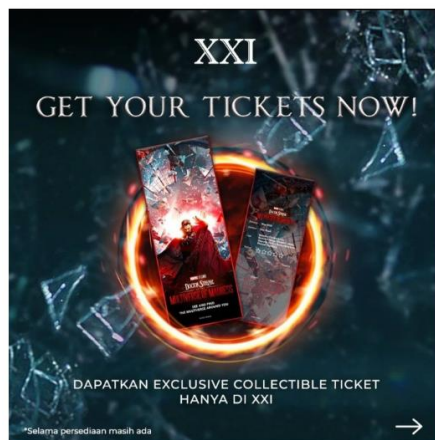
Shell kolaborasi dengan Disney jelang rilis "Doctor Strange 2"



Gambar 11



Gambar 12



Gambar 13

Film *Doctor Strange* dapat dikatakan memberi pengaruh besar atas munculnya produk-produk budaya populer ini menjelang, pada saat, dan pasca penayangannya di Indonesia. Selain berupa produk fisik, salah satu penggalan dialog *Doctor Strange* pada film yaitu *"I love you in every universe"* juga menjadi favorit para penonton dan diujarkan secara lisan maupun tertulis dalam banyak kesempatan. Hal ini mirip dengan fenomena *"I love you 3000"* *Avengers: End Game*. Dalam konstruk budaya populer hal ini bisa dikategorikan sebagai bagian dari konvensi linguistik.

¹⁵ Nextren.grid.id, 1, 2022. *Infinix Note 12 Series Edisi Doctor Strange Akan Hadir di India - Semua Halaman - Nextren.grid.id*. <https://nextren.grid.id/read/013270605/infinix-note-12-series-edisi-doctor-strange-akan-hadir-di-india?page=all> (Diakses pada 2 Juni 2022).

4. Simpulan

Film *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* merupakan produk budaya populer. Diantara indikasi-indikasinya adalah keberhasilannya menarget publik secara luas, adanya euforia publik dalam beragam ekspresi, ekspos intensif media, produksi produk-produk bertema film tersebut secara masal. Kesemua indikasi tersebut tampak dalam konteks dimana masyarakat Indonesia berlaku sebagai subjek dan market. Ekspos intensif media terhadap film ini yang selanjutnya berdampak pada jumlah penjualan tiket menjadi penanda jelas bahwa *Doctor Strange in the Multiverse of Madness (2022)* adalah bagian dari budaya populer. Dalam konstruk budaya populer, media berperan sebagai pencipta budaya yang mana merupakan bagian dari industri hiburan global.

Referensi

- Box Office Mojo. 2022. *Doctor Strange in the Multiverse of Madness - Box Office Mojo*. [online] Available at: <<https://www.boxofficemojo.com/release/rl2109768449/weekend/>> [Accessed 25 May 2022].
- Instagram.com. 2022. *Login • Instagram*. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/marvelindonesia/>> [Accessed 2 June 2022].
- Instagram.com. 2022. *Login • Instagram*. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/marvelinajaa/>> [Accessed 2 June 2022].
- Instagram.com. 2022. *Login • Instagram*. [online] Available at: <<https://www.instagram.com/marvel.indo/>> [Accessed 2 June 2022].
- Jagat Review. 2022. *Review Film: Doctor Strange • Jagat Review*. [online] Available at: <<https://www.jagatreview.com/2016/10/review-film-doctor-strange/>> [Accessed 25 May 2022].
- Marvel Entertainment. 2022. *Marvel Corporate Information*. [online] Available at: <<https://www.marvel.com/corporate/about>> [Accessed 2 June 2022].
- Marvel Cinematic Universe Wiki. 2022. *Marvel Cinematic Universe*. [online] Available at: <https://marvelcinematicuniverse.fandom.com/wiki/Marvel_Cinematic_Universe> [Accessed 1 June 2022].
- Nextren.grid.id, I., 2022. *Infinix Note 12 Series Edisi Doctor Strange Akan Hadir di India - Semua Halaman - Nextren.grid.id*. [online] Nextren. Available at: <<https://nextren.grid.id/read/013270605/infinix-note-12-series-edisi-doctor-strange-akan-hadir-di-india?page=all>> [Accessed 2 June 2022].
- Indonesia, C., 2022. *Doctor Strange 2, Film Box Office Tersukses Kedua di Era Pandemi*. [online] hiburan. Available at: <<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220514104212-220-796720/doctor-strange-2-film-box-office-tersukses-kedua-di-era-pandemi>> [Accessed 1 June 2022].
- Oke Celebrity. 2022. *TERHEBOH: Doctors Strange Jadi Trending Topic Setelah Tayang di Indonesia*. [online] Available at: <<https://celebrity.okezone.com/read/2016/10/28/206/1526672/terheboh-doctors-strange-jadi-trending-topic-setelah-tayang-di-indonesia>> [Accessed 25 May 2022].
- Oxford Reference. 2022. *Popular Culture*. [online] Available at: <<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100337521>> [Accessed 1 June 2022].
- Oxford Reference. 2022. *Popular Culture*. [online] Available at: <<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100337521>> [Accessed 1 June 2022].

- Oxford Bibliographies. 2022. *Popular Culture*. [online] Available at: <<https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756384/obo-9780199756384-0193.xml>> [Accessed 2 June 2022].
- Suara.com. 2022. *Testimoni 5 Artis Nonton Doctor Strange 2: Candra Liow Berkata Kasar*. [online] Available at: <<https://www.suara.com/entertainment/2022/05/07/073617/testimoni-5-artis-nonton-doctor-strange-2-candra-liow-berkata-kasar>> [Accessed 2 June 2022].
2022. [online] Available at: <<https://www.fokussatu.id/lifestyle/pr-953347710/film-doctor-strange-in-the-multiverse-of-madness-resmi-tayang-perdana-di-bioskop-indonesia>> [Accessed 25 May 2022].
- <https://www.antaraneews.com/>. 2022. Shell kolaborasi dengan Disney jelang rilis "Doctor Strange 2". [online] Available at: <<https://www.antaraneews.com/berita/2820777/shell-kolaborasi-dengan-disney-jelang-rilis-doctor-strange-2>> [Accessed 2 June 2022]