



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Produser adalah orang yang bertanggung jawab dalam proses pembuatan film. Mulai dari tahap pengembangan, pra produksi, produksi, sampai pasca produksi. Salah satu peran produser dalam tahap pasca produksi ialah memasarkan film yang diproduksi kepada calon penonton. Dalam film pendek *Scripted* ini, penulis berperan sebagai produser dan akan membahas mengenai promosi melalui teknik pemasaran *viral*.

Pemasaran atau yang lebih populer sebagai *marketing* adalah cara untuk menjual barang yang tidak dibutuhkan oleh orang-orang (Kerrigan, 2010, hlm. 3). Cara dan target pemasaran yang akan dicapai pada setiap produk berbeda-beda.

Menurut Kerrigan (2010), pemasaran film dilakukan bukan saat pasca produksi saja melainkan mulai dari memasarkan ide cerita ke rumah produksi, sampai tahap memasarkan film di bioskop, DVD, dan televisi. (Hlm. 10) Menurut Soefijianto dan Idris (2012), ada berbagai jenis alat komunikasi pemasaran, yaitu iklan, promosi penjualan, kehumasan, penjualan personal, pemasaran langsung, dan media interaktif atau internet marketing (Hlm. 5).

Memasarkan sebuah film tidaklah mudah karena bukan kebutuhan primer maupun sekunder. Industri perfilman di Indonesia masih sangat minimal dan

apalagi muncul persepsi bahwa film pendek lebih idealis dan kurang memperhatikan segmen penontonnya (Mabruri, 2013, hlm. 114).

Berdasarkan pembahasan yang telah dijabarkan, penulis akan membahas penerapan teknik *viral marketing* dalam meningkatkan *awareness* film *Scripted*.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana penulis menganalisis *viral marketing* dalam meningkatkan *awareness* film *Scripted* melalui *Facebook* dan *YouTube* ?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah laporan ini adalah analisis pada kegiatan *viral marketing* *Scripted* untuk meningkatkan *awareness* melalui media sosial *Facebook* dan *YouTube*.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah menguji dan menggunakan teori-teori analisis *viral marketing* yang diterapkan pada film *Scripted*. Khusus pada peningkatan *awareness* film *Scripted*, hasilnya dibuat secara statistik pada media sosial *Facebook* dan *YouTube*. Kemudian diukur menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Untuk menganalisis kinerja *viral marketing* yang sudah dilakukan oleh penulis.

2. Memperkenalkan pada mahasiswa peminatan *digital cinematography* UMN yang ingin mengetahui tentang analisis *viral marketing* untuk meningkatkan *awareness* film.

