



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.

PEMANFAATAN SET LOKASI UNTUK PROMOSI FILM

SOMEWHERE IN BETWEEN

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat kelulusan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



Nama : Yosafat Disti Okkaviano

NIM : 12120210340

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yosafat Disti Okkaviano

NIM : 12120210340

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PEMANFAATAN SET LOKASI UNTUK PROMOSI FILM *SOMEWHERE IN BETWEEN*

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya Tugas Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar Sarjana Desain (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 27 April 2016

Yosafat Disti Okkaviano



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PEMANFAATAN SET LOKASI UNTUK PROMOSI FILM

SOMEWHERE IN BETWEEN

Oleh

Nama : Yosafat Disti Okkaviano

NIM : 12120210340

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 27 April 2016

Dosen Pembimbing

Annita, S.Pd., M.F.A.

Penguji

Kus Sudarsono, S.E., M.Sn.

Ketua Sidang

Perdana Kartawiyudha, M.Sn.

Ketua Program Studi

Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

KATA PENGANTAR

Film merupakan media yang dapat digunakan untuk bertukar ide/gagasan apabila ditonton oleh 2 orang atau lebih. Untuk dapat ditonton oleh 2 orang atau lebih, film perlu dipublikasi ke ruang publik. Salah satu cara mempublikasikan film adalah dengan cara promosi. Promosi merupakan salah satu cara film diperkenalkan dan dikomunikasikan ke pasar dengan tujuan supaya pasar tertarik dan timbul keinginan untuk menonton.

Sebagai produser, penulis berusaha mempromosikan film *Somewhere In Between* semenarik mungkin. Penulis mencoba mempromosikan film dengan cara memanfaatkan set lokasi ke publik. Melalui set lokasi ini calon penonton diperkenalkan pada film dengan pengalaman yang hampir serupa seperti dalam film. Set lokasi dibangun menjadi sebuah simulasi virtual bunker seperti di dalam film *Somewhere In Between* lengkap dengan keberadaan SIOS.

Laporan ini bertujuan untuk mengaplikasikan teori-teori pemasaran yang diterapkan pada promosi film *Somewhere In Between* untuk membuat publik sadar akan keberadaan film, tertarik terhadap filmnya, dan memutuskan untuk menonton film. Promosi dengan memanfaatkan set lokasi ini masih terbilang baru untuk film Tugas Akhir mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Dalam beberapa tahun terakhir ini, penulis tidak melihat promosi film Tugas Akhir mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang dilakukan dengan memanfaatkan set lokasi. Hal ini merupakan salah satu tantangan penulis karena minimnya referensi.

Hal tersebut tidak lepas dari bantuan segenap pihak yang mendukung penulis dalam melakukan penelitian:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
2. Annita, S.Pd., M.F.A. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan nasihat dan mendorong kemajuan penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir.
3. Sudarman Sutanto selaku *Building Manager* yang selalu memberikan izin pelaksanaan *shooting* maupun promosi film *Somewhere In Between*.
4. Kedua orang tua penulis, Dra. Esti Daryanti dan Lukas Adi Suprpto yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan sabar dalam mendukung penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
5. Gaby Mariska Runtu selaku sahabat penulis dan teman berbagi ide dan konsep serta dukungan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan laporan Tugas Akhir.

Tangerang, 27 April 2016

Yosafat Disti Okkaviano

ABSTRAKSI

Promosi merupakan kegiatan memperkenalkan sesuatu ke publik. Film diperkenalkan supaya banyak orang menyadari keberadaan film dan film memperoleh penonton dalam jumlah banyak. Banyak cara inovatif yang dapat dilakukan dalam memperkenalkan film ke publik, salah satunya melalui pemanfaatan set lokasi.

Laporan Tugas Akhir berisi tentang pemanfaatan set lokasi untuk promosi film *Somewhere In Between*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian dilakukan dengan mengadakan sebuah permainan berupa simulasi virtual. Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan referensi teori pemasaran dalam memanfaatkan set lokasi ini untuk promosi film *Somewhere In Between*.

Kata kunci : promosi, set lokasi, simulasi virtual

UMMN

ABSTRACT

Promotion is an activity to introduce a film to public. Film is being introduced in order to raise people's awareness toward the existence of the film. Thus, the film could gain a large number of audience. There are many ways that can be done for introducing a film to public. One of them is to use the film set. This can trigger the curiosity of public toward the film, especially if the location set is something new and rarely seen in their life. While doing the promotion, filmmakers can interact with their target audience.

*This final project report is going to discuss about the use of film set in the promotion of a short film entitled *Somewhere in Between*. This is a qualitative research. The research was conducted by organizing a game of virtual simulation. The writer used marketing theory as a reference for using set in the promotion of *Somewhere In Between*.*

Keywords: promotion, set, virtual simulation

UMMN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Tugas Akhir	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. Produser	4

2.2. Komunikasi Pemasaran	4
2.3. Promosi.....	5
2.4. Bauran Promosi.....	6
2.5. Segmentasi.....	8
2.5.1. Segmentasi Geografis	8
2.5.2. Segmentasi Demografis	8
2.5.3. Segmentasi Psikografis	11
2.6. Penetapan Target Pasar.....	11
2.7. AIDA.....	12
2.8. Pameran.....	13
2.9. Set Lokasi	13
BAB III METODOLOGI.....	15
3.1. Gambaran Umum.....	15
3.1.1. Sinopsis.....	16
3.1.2. Posisi Penulis	17
3.2. Penetapan Segmentasi Target Pasar	17
3.2.1. Segmentasi Geografis Promosi.....	17
3.2.2. Segmentasi Demografi Promosi	18

3.3. Tahapan Kerja.....	19
3.4. Kendala Penelitian.....	30
BAB IV ANALISIS.....	32
4.1. Konsep Promosi Film <i>Somewhere In Between</i>	32
4.2. Respon Terhadap Konsep Promosi Film <i>Somewhere In Between</i>	35
4.3. Set Lokasi	38
4.4. Faktor Lain Penunjang Promosi Film <i>Somewhere In Between</i>	39
4.4.1. Hadiah <i>Action Camera</i>	40
4.4.2. Lokasi <i>Mystery Box</i> Yang Mudah Diakses.....	41
4.4.3. <i>Testimonial</i> Partisipan dan Pemenang <i>Action Camera</i>	45
4.4.4. Stimulasi Video di Luar <i>Mystery Box</i>	47
4.5. Observasi Respon Partisipan Terhadap Permainan <i>Mystery Box</i>	49
4.6. Observasi Respon Partisipan Terhadap Film <i>Somewhere In Between</i> ...	50
4.7. Kekurangan Promosi Film <i>Somewhere In Between</i>	50
4.8. Temuan.....	51
BAB V PENUTUP	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKAxvi



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Keadaan di Dalam <i>Mystery Box</i>	20
Gambar 3.2. Keadaan di Luar <i>Mystery Box</i>	21
Gambar 3.3. Partisipan Menjalani Kegiatan Promosi	22
Gambar 3.4. Partisipan Berinteraksi Dengan SIOS.....	22
Gambar 3.5. Partisipan Menunjukkan Jawaban	24
Gambar 3.6. Partisipan Mengambil Benda di Dalam Box Biru.....	24
Gambar 3.7. Partisipan Tercoret Pipinya Sedang Mengambil Benda di Box Berwarna Putih.....	25
Gambar 3.8. Partisipan Membuat Pesawat Kertas	25
Gambar 3.9. Partisipan Mencoret Tembok.....	25
Gambar 3.10. Partisipan Mencoret Pipi Sesuai Perintah SIOS.....	26
Gambar 3.11. Partisipan Memilih Lempengan Plastik Putih.....	27
Gambar 3.12. Partisipan Memilih Lempengan Plastik Biru.....	27
Gambar 3.13. Jumlah Keseluruhan Respon Ketertarikan Partisipan	28
Gambar 3.14. Daftar Kehadiran Partisipan	28
Gambar 3.15. Perangkat Keras Yang Digunakan Oleh Penulis.....	29
Gambar 3.16. <i>Monitoring</i> Partisipan	30
Gambar 4.1. Calon Partisipan Mengamati Kegiatan Promosi Film <i>Somewhere In Between</i>	36
Gambar 4.2. Partisipan Berunding Masuk <i>Mystery Box</i>	37
Gambar 4.3. Partisipan Mudah Mengakses <i>Mystery Box</i>	42
Gambar 4.4. Letak <i>Mystery Box</i>	42
Gambar 4.5. Respon Partisipan.....	43
Gambar 4.6. Pemenang <i>Action Camera</i>	46

Gambar 4.7. Partisipan Mengikuti Semua Perintah SIOS.....47

Gambar 4.8. Video di Luar *Mystery Box* Jadi Perhatian Calon Partisipan48

Gambar 4.9. Jawaban Partisipan Terhadap Pertanyaan SIOS.....49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Transkrip Suara SIOS.....	xviii
Lampiran B: Transkrip Pertanyaan SIOS	xxi
Lampiran C: Tabel Hasil Jawaban Pertanyaan SIOS	xxiii
Lampiran D: Tabel Detail Jumlah Partisipan	xxv
Lampiran E: Tabel Jumlah Respon Partisipan.....	xxviii
Lampiran F: Tabel Detail Peralatan <i>Mystery Box</i>.....	xxix

UMMN