

## 1. PENDAHULUAN

Film adalah sebuah media baru untuk menyampaikan sebuah pesan tersirat maupun tersurat. Semakin berkembangnya zaman film akan berevolusi perlahan demi perlahan namun tetap pada kaidahnya, proses pembuatan film juga berevolusi mengikuti perkembangan zaman, membantu pada saat proses pembuatan film itu sendiri. Dengan bantuan teknologi, digitalisasi, dan informasi dengan mudah kita dapatkan pada zaman sekarang, dari tahap ide cerita atau premis, hingga dapat disaksikan oleh penonton. Pada zaman sekarang bioskop bukan tempat satu-satunya untuk menonton film, banyak alternatif lain sebagai *platform* digital seperti Bioskop online dan *OTT (Over the Top)* berbayar lainnya yang menampilkan hiburan berbasis digital seperti film.

Kita dapat mengakses informasi dengan mudah tentang film apa yang akan kita tonton, seperti cuplikan film, trailer film, poster film, dan proses pembuatan film dengan mudah. Di balik semua itu ada tim promosi dari sebuah *production house* yang mengerjakannya, dari sebuah ide, konsep promosi, target promosi, hingga hari film tersebut tayang, untuk mempromosikan sebuah judul film tersebut film agar calon penonton tertarik untuk menonton.

Promosi film pada zaman sekarang tidak cukup hanya berbasis poster, memerlukan sebuah *teaser*, *trailer* atau cuplikan film tersebut untuk menarik dan meyakinkan calon penonton. Pada film panjang produksi Visinema Pictures, dengan film berjudul “Mencuri Raden Saleh” menggunakan film dokumenter panjang sebagai salah satu aspek promosi film tersebut dengan judul “Blueprint: Making of Mencuri Raden Saleh”.

Film dokumenter adalah salah satu aspek yang sangat terbantu dengan adanya perkembangan zaman, film dokumenter sangat butuh respon yang cepat untuk menangkap sebuah moment, karena dalam proses pembuatan film dokumenter beberapa hal kita tidak dapat mengulanginya lagi untuk mengambil gambar tersebut. Film dokumenter adalah film yang mengangkat sebuah cerita

kisah nyata, kejadian yang membekas, sebuah proses, atau mengangkat sebuah kisah keseharian seseorang.

Penggunaan aspek strategi promosi atau *marketing* adalah sebuah salah satu aspek penting untuk menentukan dan meyakinkan calon penonton film untuk memicu suatu pembelian. Pada konsep marketing mix 4P, terdapat produk, harga, tempat, dan promosi untuk menentukan suatu keberhasilan dari sebuah strategi pemasaran untuk meningkatkan sebuah penjualan. Promosi sangat terbantu dengan adanya perkembangan zaman, dengan adanya lahan baru seperti sosial media untuk memasarkan sebuah produk, antara penjual dan pembeli dapat berinteraksi secara langsung menimbulkan sebuah kepercayaan terhadap suatu produk, layanan, dan jasa.

Pada analisis kali ini penulis akan membahas bagaimana Visinema Pictures mempromosikan film “Mencuri Raden Saleh” dalam bentuk film dokumenter “Blueprint: Making of Mencuri Raden Saleh”. Penulis melihat ini sebuah promosi baru di Indonesia namun formula ini sudah sering digunakan pada series maupun film pada produksi luar negeri untuk dijadikan bahan promosi, Seperti *behind the scene “Making of Money Heist”* dan *“Batman | Behind The Scenes of The Dark Knight Trilogy”*, namun di Indonesia masih jarang yang menggunakan konsep dokumenter ini sebagai promosi.

### **1.1. RUMUSAN MASALAH**

Bagaimana Visinema Pictures menggunakan film dokumenter sebagai materi promosi dari film Mencuri Raden Saleh?.

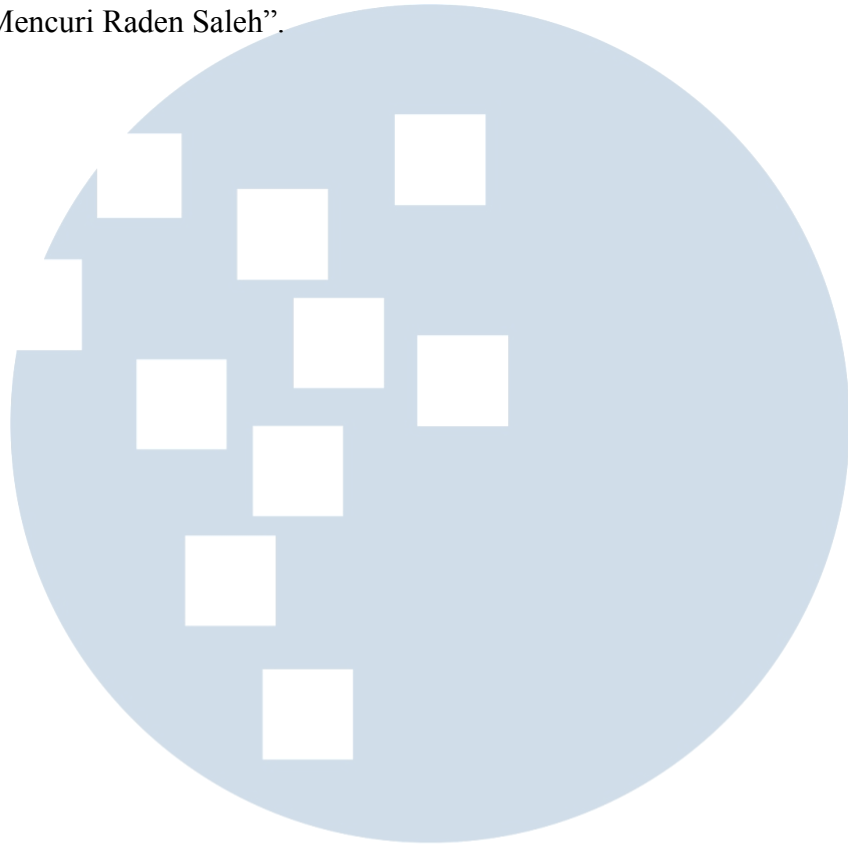
### **1.2. BATASAN MASALAH**

Batasan masalah pada analisa kali ini penulis membatasi agar fokus membahas tentang penggunaan film dokumenter digunakan untuk promosi dan konten sosial media Mencuri Raden Saleh.

### **1.3. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penulis mengambil penelitian skripsi ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana sebuah strategi dalam promosi *behind the scene* film “Mencuri Raden

Saleh” yang dikemas ke dalam bentuk dokumenter panjang sebagai promosi untuk film “Mencuri Raden Saleh”.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA