

## 1. PENDAHULUAN

Pemasaran dalam sebuah film merupakan salah satu faktor dan kunci kesuksesan dalam aspek ramai-nya penonton. Semakin berkembangnya zaman, pemasaran seringkali dilakukan lewat media sosial. Segala informasi dengan mudah dapat di cari secara mandiri. Kotler dan Armstrong (2016) juga sempat menyatakan bahwa, secara tidak disadari pemasaran ada di sekitar kita dan kita telah mengamati dari bentuk tradisional sampai bentuk pemasaran baru dimana dalam beberapa tahun terakhir, pemasaran dilakukan dengan pendekatan baru seperti melalui situs website, aplikasi, ponsel, video media digital, sampai media sosial. Pendekatan pemasaran yang baru ini tidak hanya melakukan penyebaran pesan tetapi juga menjangkau target audiens untuk memiliki pengalaman pribadi yang langsung dan interaktif kepada suatu produk. (Kotler & Armstrong , hlm 29).

Pemasar harus melibatkan konsumen secara efektif, memahami kebutuhan dan kesukaan mereka agar produk yang ditawarkan akan terdistribusi dan terpromosikan dengan baik. Dimana penting bagi sebuah film untuk berusaha mengerti target audiens dan dapat memiliki serta menentukan strategi *marketing mix* yang tepat untuk membuat penonton tertarik dalam mengorbankan waktu dan uang mereka sewaktu datang ke bioskop. Menurut Finola Kerrigan (2010), pemasaran dalam industri perfilman tidak seperti pemasaran produk pada umumnya. Tetapi terdapat beberapa elemen penting yang membawa film dapat dipasarkan ke masyarakat yang disebut sebagai *film marketing mix*. (hlm. 87).

Belakangan ini, film Indonesia semakin berkembang pesat secara kualitas dalam setiap aspeknya. Salah satu film yang berkualitas yang tinggi diiringi dengan strategi pemasaran yang matang adalah film yang berjudul *Mencuri Raden Saleh* (2022). Menurut Sabandar (dalam artikel liputan6.com, 2022), film *Mencuri Raden Saleh* (2022) karya Angga Dwimas Sasongko merupakan film bergenre *Heist* pertama di Indonesia karena mengangkat tema besar perampokan. Menurut (Lee, 2014, hlm 2), genre *heist* merupakan jenis film kriminal dimana tema besarnya menggunakan naratif pencurian terberat dengan strategi dan gaya ciamik yang dilakukan para pencuri. Film *Mencuri Raden Saleh* (2022) juga masih termasuk

*genre Drama/Action*. Singkatnya, film ini menceritakan tentang sekelompok anak muda yang berjumlah enam orang yang terjebak untuk merencanakan pencurian sebuah lukisan legendaris Raden Saleh yang merupakan koleksi nasional sehingga akan sangat mahal harganya. Film *Mencuri Raden Saleh* (2022) merupakan salah satu film yang diproduksi oleh rumah produksi bernama Visinema Pictures. Visinema Pictures mulai menjual ATS atau *Advance Ticket Sales* dan menayangkan film ini pada tanggal 25 Agustus 2022 serentak di bioskop Indonesia. Setelah dua bulan penayangan, film *Mencuri Raden Saleh* (2022) secara resmi berpamitan dengan penonton dan turun dari layar bioskop Indonesia tepatnya pada tanggal 24 Oktober 2022. Menurut unggahan Instagram @mencuriradensalehfilm, jumlah penonton *Mencuri Raden Saleh* (2022) telah mencapai 2.345.678++ pada tanggal 8 Oktober 2022. Kesuksesan pemasaran dan larisnya film ini menghantarkan film *Mencuri Raden Saleh* (2022) untuk mendistribusikan film ke negeri tetangga yaitu Malaysia pada tanggal 22 September 2022.

Di balik sebuah kesuksesan film, pasti ada peran strategi pemasaran yang terencana. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh film ini, sangat memaksimalkan penggunaan aktor dalam ikut memasarkan film *Mencuri Raden Saleh* (2022). Berbeda dengan film yang lainnya dimana kebanyakan promosi film Indonesia hanya mengandalkan materi promosi wajib atau diiklankan begitu saja. Tetapi film ini memiliki unsur promosi film ini sangat gencar dan dominan menggunakan peran aktor untuk mempromosikan secara halus dan dekat dengan target penonton yang akan sangat menarik untuk di analisis.

Menurut Kerrigan (2010), semakin hari semakin banyak orang yang memperhatikan peran seorang aktor atau artis dalam film. Banyak juga studi literatur yang mendiskusikan peran dari aktor yang digunakan dalam produksi film dan penjualan film. Walaupun tidak selalu kesuksesan sebuah film dapat ditentukan dari aktor, tetapi pemilihan aktor menjadi sangat penting untuk lancarnya produksi film dan memikat para penonton (hlm. 82). Film *Mencuri Raden Saleh* (2022) merupakan salah satu film yang menggunakan daya tarik dari pemeran untuk

menjadi daya jual dari film tersebut sehingga film ini diketahui oleh target penonton dan termasuk laku di pasaran.

Pada penelitian ini, penulis memilih film *Mencuri Raden Saleh* (2022) karya Angga Dwimas Sasongko sebagai salah satu topik yang dianalisis dilatarbelakangi oleh adanya keinginan penulis untuk mengetahui dengan seksama, peran apa saja yang dilakukan oleh pemasaran film ataupun aktor dan aktris melalui media sosial Instagram. Dimana menurut penulis, promosi melalui media sosial akan menjadi strategi pemasaran yang sangat efektif dan efisien di kemudian hari. Ditambah lagi dengan memanfaatkan *privilege* dari aktor maupun aktris terkenal akan menjadikan promosi film akan sangat relevan di zaman sekarang. Menurut penulis, ketenaran aktor yang dipilih sangat berpengaruh terhadap pemilihan aktor dan kesuksesan sebuah film berhubung belakangan ini, semua orang bisa dengan mudah dijangkau hanya dengan promosi melalui *social media*. Penulis juga ingin penelitian ini dapat bermanfaat untuk promosi film selanjutnya serta dapat dijadikan pembelajaran untuk berinovasi memajukan dunia *film marketing* di Indonesia.

### **1.1. RUMUSAN MASALAH**

“Bagaimana *Role of Actors* pada media sosial Instagram dalam mempromosikan film *Mencuri Raden Saleh* (2022)?”

Penelitian ini akan dibatasi pada promosi film dengan penggunaan platform akun media sosial Instagram agar dapat mengkaji lebih dalam mengenai peran aktor dalam promosi film *Mencuri Raden Saleh* (2022).

### **1.2. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penulis ingin menganalisa topik ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan hal mengenai peran yang dilakukan oleh aktor dan aktris dalam promosi film *Mencuri Raden Saleh* (2022) melalui *social media*.