



### **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.

***VIRAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS  
TERHADAP FILM PENDEK SAUDADE***

**Laporan Tugas Akhir**

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



Nama : Amelia Permadi  
NIM : 12120210181  
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 : Amelia Permadi

NIM : 12120210181

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

### ***VIRAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS TERHADAP FILM PENDEK SAUDADE***

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 nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia 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, 18 Maret 2016

Amelia Permadi

UMMN

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**  
***VIRAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS***  
**TERHADAP FILM PENDEK SAUDADE**

Oleh

Nama : Amelia Permadi

NIM : 12120210181

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 18 Maret 2016

Pembimbing

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

Penguji

Ketua Sidang

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

Mochamad Faisal, M.Sn.

Ketua Program Studi

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

## KATA PENGANTAR

Menurut Gunelius (2011) media sosial *marketing* merupakan sebuah fenomena yang besar, dimana dulu media sosial belum seberkembang sekarang. Pernyataan beliau bisa didukung dengan bukti penggunaan media sosial bukan menjadi kebutuhan tersier lagi, namun sudah berubah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar masyarakat.

Pemasaran dengan bentuk viral dan menggunakan media sosial sebagai media penyebarannya menarik perhatian penulis selaku produser dalam film pendek *Saudade* (2015). Penulis mempunyai ketertarikan dengan proses pemasaran dan media sosial sehingga menjadikan penulisan yang dilakukan adalah bagaimana proses pemasaran dilakukan dengan media sosial untuk meningkatkan *awareness* karena proses pemasaran sendiri adalah proses yang penting bagi sebuah produk agar mampu dikenal di masyarakat.

Penulisan laporan ini ditujukan untuk mengetahui teori-teori mengenai bentuk pemasaran terutama dengan media sosial dan kemudia mencoba melakukan praktik untuk membuktikan apakah teori yang ada benar adanya dan juga memberi manfaat bagi yang membaca baik di kalangan Universitas Multimedia Nusantara ataupun di kalangan luar Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis tak lepas dari orang-orang yang telah membantu proses penulisan dan semangat dari orang-orang di sekitar yang berjasa:

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 membantu selama proses penulisan laporan
3. Kedua orang tua penulis, saudara penulis yang telah membantu dan memberikan semangat
4. Makbul Mubarak, S.IP., M.A., Baskoro Adi Wuryanto, S.E., M.M selaku dosen yang membantu proses konsultasi selama proses penulisan
5. Teman setim tugas akhir penulis, Jessica Halim dan Dahny Putra, dan juga anggota dari film pendek *Saudade* yang telah membantu proses pembuatan film pendek *Saudade* dan proses penulisan laporan
6. Teman penulis Stella Gunawan, Michelle Angela, Angelia Leanartha dan teman-teman penulis lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan laporan ini.

## ABSTRAKSI

Produksi sebuah film tidak hanya butuh dari segi cerita , sutradara ataupun kerjasama anggotanya, namun juga perlu adanya tugas produser yang mampu memasarkan filmnya. *Marketing* film dilakukan untuk membawa film kepada kahalayak luas agar lebih dikenal. Hal itu membuat penulis tertarik untuk membahas peran produser dalam melakukan *viral marketing* untuk meningkatkan *awareness* film pendek - *Saudade*.

Sebelum melakukan *viral marketing* ada baiknya mencari sebuah teori yang kemudian akan menjawab konteks guna mencapai sebuah tujuan. Konteks yang diinginkan disini adalah bagaimana *marketing* menggunakan media sosial mampu meningkatkan *awareness* sebuah film. Penulis sebagai produser film *Saudade* harus mengerti teori-teori serta cara meningkatkan *awareness* yang baik dan benar melalui *viral marketing* dengan media sosial.

Kata kunci: produser, *awareness*, *viral*, *viral marketing*, media sosial

UMMN



## ***ABSTRACT***

*Production of a film need not only in terms of story, director or the cooperation of the crews, but also need a producer for the task of marketing. The purpose of a marketing film is to make the film known my many people. This brings writer to write thesis with this topic: Viral Marketing With Social Media to Raise Awareness for Short Film Saudade.*

*Before doing viral marketing it's worth finding a theory that would later answer the context to fulfil the purpose of the film. The context here is how to use social media marketing is able to raise awareness of a film. The writer as producer of the film Saudade must understand the theories and know the steps how to raise awareness via viral marketing with social media.*

*Keywords: producers, awareness, viral, viral marketing, social media*

UMMN

## DAFTAR ISI

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

2.1	<b>Produser</b> .....	4
2.2	<b>Marketing</b> .....	4
2.3	<b>Faktor Pendukung Marketing</b> .....	5
2.4	<b>Viral Marketing</b> .....	8
2.4.1	<b>Tujuan Viral Marketing</b> .....	9
2.4.2	<b>Tahapan Viral Marketing</b> .....	10
2.4.3	<b>STEPPS</b> .....	11
2.5	<b>Social Media Marketing</b> .....	13
2.5.1	<b>Facebook</b> .....	15
2.5.2	<b>Youtube</b> .....	16
2.5.3	<b>Twitter</b> .....	17
2.5.4	<b>Instagram</b> .....	17
2.6	<b>SWOT</b> .....	19
2.6.1	<b>SWOT Video Pendek Digital</b> .....	20
2.7	<b>Tahapan Penjualan / Tahap Marketing(AIDA)</b> .....	21
2.8	<b>Awareness</b> .....	23
<b>BAB III METODOLOGI</b> .....		24
3.1	<b>Gambaran Umum</b> .....	24

3.1.1	Sinopsis.....	25
3.1.2	Posisi Penulis.....	26
3.2	Tahapan Kerja.....	26
3.2.1	Pencarian Ide.....	27
3.2.2	<i>Research</i> .....	27
3.2.3	Pra-Produksi.....	27
3.2.4	Pasca produksi.....	28
3.2.5	Tahap pemasaran.....	28
3.2.6	Tahap Analisa Data.....	30
3.3	Acuan.....	31
<b>BAB IV ANALISIS .....</b>		<b>33</b>
4.1	Video Pendek How Do You Define a Longing? #Saudade .....	33
4.2	SWOT Analisis Viral <i>Marketing</i> .....	35
4.2.1	Strength.....	35
4.2.2	Weakness.....	37
4.2.3	Opportunities.....	39
4.2.4	Threats .....	41
4.3	Tahap Viral Marketing.....	45

4.3.1	<i>Creative material</i> .....	45
4.3.2	<i>Seeding</i> .....	46
4.3.3	<i>Tracking</i> .....	50
4.4	<b>Social Media Analytics</b> .....	50
4.4.1	<b>Youtube Analytics</b> .....	51
4.4.2	<b>Facebook Insight</b> .....	59
4.4.3	<b>Instagram dan Twitter</b> .....	65
4.5	<b>Temuan</b> .....	69
4.5.1	<b>Kesalahan</b> .....	72
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>75</b>
5.1	<b>Kesimpulan</b> .....	<b>75</b>
5.2	<b>Saran</b> .....	<b>77</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>xvii</b>
<b>LAMPIRAN A: DATA YOUTUBE ANALYTICS</b> .....		<b>xviii</b>
<b>LAMPIRAN B : DATA FACEBOOK INSIGHT</b> .....		<b>xix</b>
<b>LAMPIRAN C : MEDIA SOSIAL LAIN</b> .....		<b>xx</b>
<b>LAMPIRAN D : PRESENSI BIMBINGAN</b> .....		<b>xxi</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Video Royco – Cita Rasa Masakan Rumah #MasakApaHariIni .....	31
Gambar 4.1. Halaman Facebook penulis .....	40
Gambar 4.2 Video How Do You Define a Longing? #Saudade .....	46
Gambar 4.3. Penyebaran video How Do You Define a Longing? #Saudade .....	47
Gambar 4.4. Isi pesan yang disebarakan melalui media sosial .....	48
Gambar 4.5. Tombol Analytics yang ada pada video <i>How Do You Define a Longing?</i> <i>#Saudade</i> .....	52
Gambar 4.6. Halaman Youtube <i>Saudade</i> Film .....	53
Gambar 4.7. Jumlah <i>view</i> pada video How Do You Define a Longing? #Saudade ...	54
Gambar 4.8. Asal negara pengunjung video How Do You Define a Longing? <i>#Saudade</i> .....	54
Gambar 4.9. Jumlah <i>likes</i> pada video How Do You Define a Longing? #Saudade ...	55
Gambar 4.10. diagram rata-rata waktu menonton video <i>How Do You Define a</i> <i>Longing? #Saudade</i> .....	56

Gambar 4.11. Jumlah persen gender yang melihat video <i>How Do You Define a Longing? #Saudade</i> .....	57
Gambar 4.12. Diagram jumlah <i>share</i> video <i>How Do You Define a Longing? #Saudade</i> .....	58
Gambar 4.13. <i>Share</i> dengan media sosial Facebook dan twitter .....	58
Gambar 4.14. Halaman Facebook <i>Saudade</i> .....	60
Gambar 4.15. Jumlah <i>likes</i> pada halaman facebook <i>Saudade</i> .....	60
Gambar 4.16. Jumlah <i>reach</i> yang berhasil dicapai oleh facebook <i>Saudade</i> .....	62
Gambar 4.17. Salah satu pengguna facebook membagikan video viral melalui akun facebook <i>Saudade</i> .....	63
Gambar 4.18. Perbandingan jumlah laki-laki dan perempuan yang dicapai oleh facebook <i>Saudade</i> .....	64
Gambar 4.19. Perbandingan usia pengunjung facebook <i>Saudade</i> .....	64
Gambar 4.20. Halaman Instagram <i>Saudade</i> .....	65
Gambar 4.21 Bentuk tampilan Iconoquare .....	66
Gambar 4.22. Laporan statistik pada media di Instagram <i>Saudade</i> .....	67
Gambar 4.23. Statistik kenaikan followers yang dimiliki oleh Instagram <i>Saudade</i> ...	67

Gambar 4.24. Kehilangan Followers pada Instagram <i>Saudade</i> .....	68
Gambar 4.25. Perhitungan Twitter <i>Saudade</i> film .....	69
Gambar 4.26 Gambar yang diterbitkan di instagram film <i>Saudade</i> .....	69
Gambar 4.27. Penambahan jumlah pengikut pada Instagram saat dilakukan penerbitan gambar.....	70
Gambar 4.28. Penyebaran melalui grup di media sosial Facebook .....	71

UMMN



## DAFTAR TABEL

Table 4.1. Tabel SWOT Video Pendek How Do You Define a Longing? #Saudade.....43



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A:DATA YOUTUBE ANALYTICS.....	xvii
LAMPIRAN B:DATA FACEBOOK INSIGHT.....	xix
LAMPIRAN C:MEDIA SOSIAL LAIN.....	xx
LAMPIRAN D:PRESENSI BIMBINGAN.....	xxi

UMMN