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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penonton industri perfilman di Indonesia masih sangat minim apalagi muncul persepsi bahwa film pendek lebih idealis dan kurang memperhatikan segmen penontonnya (Mabruri, 2013, hlm. 114). Salah satu peran produser dalam tahap pasca produksi ialah memasarkan film yang diproduksi kepada calon penonton. Film *Lembayung Belakang Hari* menceritakan tentang seorang ibu keturunan Tionghoa yang harus berlindung di tengah kerusuhan Mei. Peristiwa kerusuhan 1998 merupakan peristiwa penting yang dapat menjadi pembelajaran sejarah. Namun, sejarah bukan sesuatu hal yang menarik apalagi jika mengakibatkan trauma mendalam bagi korbannya. Oleh karena itu diperlukan cara-cara atau pendekatan tertentu agar sejarah dapat disampaikan secara unik. Melalui *game*, sejarah dapat disampaikan secara interaktif.

Advergame merupakan sebuah produk *game* interaktif yang dibuat untuk kepentingan iklan. Alasan penulis menggunakan *advergame* karena *game* ini mempunyai sifat yang interaktif, menarik dan menghibur bagi pengguna sekaligus dapat mempromosikan suatu produk. Dalam melakukan promosi, penulis menggunakan *advergame* untuk melihat seberapa jauh *audience interest* untuk menonton film *Lembayung Belakang Hari*. Oleh karena itu penulis membahas, efektivitas *advergame* sebagai media promosi untuk meningkatkan *interest* target *audience* untuk menonton film *Lembayung Belakang Hari*.

Efektivitas Advergame... Cella Angreni, FSD UMN, 2016

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana *advergame* meningkatkan *interest* target *audience* untuk menonton promosi film *Lembayung Belakang Hari*?

1.3. Batasan Masalah

Penulisan Tugas Akhir ini dibatasi pada strategi promosi film *Lembayung Belakang Hari* yang dibatasi:

1. Promosi dengan menggunakan *advergame* dengan platform Android
2. Target *audience* umur 18-24 tahun, laki-laki maupun perempuan
3. Data akan didapatkan melalui kuesioner dari 50 responden. Responden akan disuguhi *advergame Lembayung Belakang Hari*, kemudian responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang tertera pada kuesioner tersebut.

1.4. Tujuan dari Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah mengetahui efektivitas *advergame* sebagai media promosi untuk meningkatkan *interest* target *audience* untuk menonton film *Lembayung Belakang Hari.*

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Penulisan tugas akhir ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis dapat memahami peran produser dalam mempromosikan film
2. Bagi pembaca dapat mengetahui bahwa ada alternatif baru dalam promosi film yaitu *advergame*

3. Bagi perpustakaan dapat menjadi bahan bacaan dan memberikan informasi mengenai peran produser dalam mempromosikan film pendek.