



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Promosi merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk menjual sebuah produk demi mendapatkan respon positif mengenai produk tersebut. (Hahn, 2003, hlm. xiii). Menurut Sarosa (2003), promosi memiliki tujuan mengumumkan sesuatu pada masyarakat luas mengenai keberadaan suatu produk (hlm. 172). Materi promosi sebuah film bervariasi, seperti poster, *teaser trailer*, *trailer*. *Trailer* merupakan salah satu materi promosi film yang efektif. Di dalam *trailer*, pembuat film memberikan sedikit bocoran mengenai film yang dibuat, dengan tujuan menggaet rasa penasaran para penonton, terutama para penonton yang targetnya telah ditentukan sejak tahap pengembangan naskah film yang bersangkutan.

Penentuan target penonton tidak dibuat secara sembarangan, melainkan harus dipelajari dengan baik berdasarkan kata kunci dari film yang akan dibuat. Film *Wasangka* mengambil latar belakang Indonesia pada tahun 1960-an. Pada tahun yang sama, di Indonesia sedang marak pembantaian terhadap oknum-oknum tertentu yang dicurigai sebagai penganut paham komunis. Meskipun berlatar tahun 1960-an, film ini sebetulnya membahas mengenai kemanusiaan. Hal tersebut menjadikan film *Wasangka* bersifat tersegmentasi.

Trailer film pendek *Wasangka* dibuat dengan fungsi promosional seperti yang telah dijabarkan pada paragraf pertama latar belakang, yang kemudian akan dipertontonkan pada target penonton film *Wasangka* yang telah tersegmentasi

dengan menggunakan sampel, sehingga dapat ditarik kesimpulan mengenai efektivitas *trailer* yang sudah ada, sehingga muncul sejumlah catatan mengenai kelebihan dan kekurangan dari *trailer* film pendek *Wasangka*.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana efektivitas *trailer* sebagai materi promosi film pendek *Wasangka*?

1.3. Batasan Masalah

Supaya masalah tidak meluas perlu adanya pembatasan masalah, batasan masalah dalam laporan ini adalah efektivitas *trailer* film pendek *Wasangka* sebagai materi promosi dengan target penonton mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang, Universitas Pelita Harapan, Universitas Pramita, dan Universitas Muhammadiyah Tangerang.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir yaitu untuk mengetahui efektivitas *trailer* sebagai materi promosi film pendek *Wasangka* terhadap mahasiswa/mahasiswi FISIP di Tangerang.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat Tugas Akhir bagi penulis yaitu penulis dapat belajar bertanggung jawab atas pekerjaannya selama proses pembuatan Tugas Akhir dan mempelajari lebih dalam bidang produserial dalam pemasaran film melalui strategi promosi yang sudah ditentukan.

2. Manfaat bagi orang lain yaitu memberikan gambaran mengenai efektivitas fungsi *trailer* sebagai materi promosi sebuah film.
3. Manfaat bagi universitas yaitu menjadi bahan penelitian atau memberikan informasi mengenai efektivitas fungsi *trailer* sebagai materi promosi sebuah film.

