



### **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 V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Promosi sebuah film perlu dilakukan untuk mengundang rasa tertarik pasar. Berbagai macam promosi dilakukan oleh para produser maupun distributor film menggunakan berbagai macam materi dan media, salah satunya yaitu *trailer*. Sebuah *trailer* memiliki peran penting dalam promosi film, *trailer* yang memberikan petunjuk adegan sebuah film yang belum rilis. *Trailer* yang baik dapat mendatangkan pasar yang banyak bagi filmnya, namun di lain sisi, *trailer* juga dapat menjatuhkan pasar dari film yang bersangkutan. Sifat yang terpenting dalam sebuah *trailer* yaitu efektivitas. *Trailer* yang bagus namun tidak efektif juga dapat menyebabkan calon penonton mengurungkan minatnya terhadap film. Tujuan utama *trailer* yaitu mengundang rasa tertarik dan penasaran pasar terhadap sebuah film.

Selain materi ataupun medianya, efektivitas sebuah materi maupun media promosi patut diperhitungkan, salah satu caranya dapat dimulai melalui menentukan target pasar. Pencarian target pasar dapat dilakukan menggunakan berbagai macam cara ditambahkan kreativitas dari produser berdasarkan pandangannya terhadap pasar film.

Pada Laporan Tugas Akhir analisis efektivitas *trailer* film pendek *Wasangka*, penulis menggunakan model EPIC oleh Nielsen, dimana sebuah efektivitas suatu materi dapat diukur dari empat dimensi kritis, yaitu empati,

persuasi, dampak, dan komunikasi. Dari hasil analisis yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa *trailer* dari film *Wasangka* dapat dikatakan efektif (73,2%). Pernyataan tersebut dikemukakan berdasarkan hasil pengisian kuesioner oleh para responden sejumlah sampel yang telah diperhitungkan, bahwa *trailer* film *Wasangka* bersifat efektif di setiap dimensi dari EPIC sendiri.

## 5.2. Saran

Berdasarkan pengalaman penulis ketika menganalisis efektivitas *trailer* untuk Laporan Tugas Akhir ini, penulis hendak memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat berguna bagi pembaca Laporan Tugas Akhir ini yang nantinya hendak melakukan promosi film:

1. Penentuan target pasar ada baiknya dilakukan sejak tahap pengembangan cerita dari film yang bersangkutan, semakin dini target pasar dipelajari, semakin panjang pula waktu untuk menganalisis kebutuhan pasar, sehingga semakin dalam pasar dapat dipelajari
2. Setelah ditemukan target pasar, segera analisis kebutuhan dari pasar, sehingga penentuan materi maupun media promosi dapat tepat sasaran
3. Apabila ingin melakukan analisis menggunakan kuesioner, ada baiknya gunakan kuesioner bentuk cetak, selain lebih meyakinkan bahwa responden mengisi dengan benar, pembuat film dapat berkomunikasi langsung dengan responden, sehingga secara tidak langsung dapat menambah rasa tertarik pasar terhadap film.