Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Tersi Eva Ranti
44312010038

IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FILM FILOSOFI KOPI UNTUK MENINGKATKAN MINAT PENONTON BIOSKOP

Jumlah Halaman : xii + 118 Isi + 29 Lampiran
Bibliografi : 27 Acuan, Tahun 2000-2014

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran dalam film perlu dilakukan untuk mengenalkan khalayak dengan produk film yang akan dibuat. Dalam penelitian ini meneliti strategi komunikasi pemasaran film Filosofi Kopi The Movie yang memiliki konsep "*The First User Generated Movie In Indonesia*". Konsep ini merupakan yang baru pertama kali dilakukan di Indonesia oleh PT. Visinema Pictures selaku rumah produksi.

Konsep *"user generated"* ini merupakan suatu gagasan dimana pembuat film mengajak khalayak untuk dapat berpartisipasi dalam proses pembuatan dan pemilihan konsep visual di dalam film seperti memilih pakaian karakter, kendaraan yang digunakan dan bentuk *set design.* Cara ini digunakan untuk melakukan komunikasi dua arah, sehingga tercipta *engagement* antara pembuat film dan audiens yang dituju. Adapun dalam penelitian ini meneliti komunikasi pemasaran terpadu (IMC) yang menggunakan berbagai bentuk bauran komunikasi pemasaran dalam implementasinya.

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian postpositivistik dengan pendekatan kualitatif,desain deskriptif kualitatif dan metode studi kasus. Teknik penelitian dilakukan dengan proses wawancara narasumber dan studi kepustakaan dan meneliti dokumentasi perusahaan.

Disimpulkam, dalam penelitian ini, komunikasi pemasaran yang dilakukan adalah dengan konsep utama *"The First User Generated Movie In Indonesia" ini* mengintegrasikan kegiatan komunikasi pemasaran dalam fase tertentu seperti kegiatan periklanan, promosi penjualan, *public relation, personal selling* dan *online marketing*.

http://digilib.mercubuana.ac.id/