



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication*
Hasbullah
44315120005

Implementasi Strategi Promosi Falcon Pictures Untuk Film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 Tahun 2016 Dalam Menarik Minat Penonton
Jumlah halaman: x + 135 halaman + 16 lampiran
Bibliografi: 40 acuan, tahun 1995-2014

ABSTRAK

Keberhasilan film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 dalam meraih jumlah penonton terbanyak sepanjang sejarah perfilman Indonesia dan meraih beberapa penghargaan termasuk rekor muri. Bukan hanya film tersebut berkualitas. Namun, keberhasilan dalam strategi promosi juga dapat menentukan. Tanpa kegiatan promosi untuk menginformasikan film kepada konsumen, maka belum tentu penonton mengetahui film tersebut. Bauran promosi yang ditentukan untuk mempromosikan film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 dalam menarik minat penonton disesuaikan dengan pasar sarannya, terdiri dari segmentasi, *targetting*, dan *positioning* film.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui implementasi strategi promosi yang dilakukan Falcon Pictures untuk film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 dalam menarik minat penonton. Peneliti menggunakan teori proses pemasaran menurut Philip Kotler dari pandangan urutan penciptaan dan penyampaian nilai. Dilihat dari konsep pemasaran strategis dan pemasaran taktis. Penelitian ini juga menggunakan strategi bauran promosi dari George dan Michael Belch.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang menggunakan penalaran berdasarkan teori yang ada hubungannya dengan masalah dalam penelitian. Pendekatan tersebut diharapkan dapat menerangkan dan menggambarkan hasil penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa implementasi strategi promosi Falcon Pictures untuk film Warkop DKI Reborn Jangkrik Boss Part 1 dalam menarik minat penonton sudah menjalankan impelmentasi strategi promosi sesuai dengan teori dari Philip Kotler, George dan Michael Belch. Bauran promosi yang menjadi kekuatan dalam mempromosikan film, yaitu *advertising*, *sales promotion*, dan *public relation/publikasi*.

Kata Kunci: Implementasi Strategi Promosi, Bauran Promosi, Minat Penonton