

KATA PENGANTAR

Puji syukur, penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “*Strategi Promosi Falcon Pictures Untuk Film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 Dalam Menarik Minat Penonton*” sesuai dengan waktu yang penulis rencanakan.

Penulisan tugas akhir ini disusun sebagai syarat menyelesaikan Program Strata 1 Jurusan Marketing Komunikasi dan Periklanan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Kesan selama penulis menuntut ilmu di kampus ini akan dijadikan pelajaran untuk kehidupan yang lebih baik lagi kedepannya.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan ketulusan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mereka yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan tugas skripsi ini, yaitu kepada:

1. Ibu Mardhyah, M.Ikom sebagai Dosen Pembimbing penulis yang banyak membantu dan memberikan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

3. Ibu Dewi Sad Tanti, M. Si selaku Sekretaris 1 Bidang Studi Marcomm yang telah memberikan ilmu, waktu, dan dukungan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Samsudin selaku Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang membantu penulis dalam proses melengkapi persyaratan sidang dan penyelesaian skripsi.
5. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya bidang studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
6. Kepada Tim Promosi dari Falcon Pictures, yaitu Faizal Rinaldi, sebagai Manager Promo *off air*, Andri Oktavia, sebagai tim media relation dan Danty sebagai tim media relation ataupun humas. Penulis menyampaikan banyak terima kasih sudah membantu dalam memperoleh data-data penelitian.
7. Kedua Orangtua penulis, yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk memotivasi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada seluruh teman-teman Universitas Mercu Buana yang bersama-sama dari semester awal dan berjuang baik suka maupun duka untuk mendapatkan gelar sarjana.

Jakarta, 24 Juli 2018

Hasbullah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

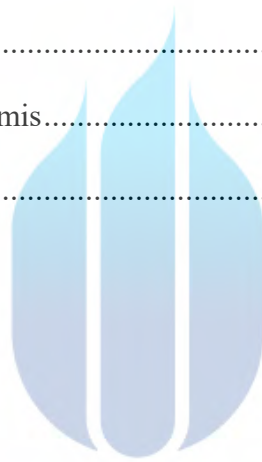
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	11
1.3 Identifikasi Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Komunikasi Pemasaran	19
2.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	20
2.2.2 Proses Pemasaran	21
2.2.3 Implementasi Pemasaran	22

2.3 Segmentasi, Targeting, Positioning	23
2.4 Bauran Pemasaran.....	27
2.5 Bauran Promosi.....	32
2.6 Strategi Promosi.....	44
2.6.1 Kegiatan Promosi	51
2.6.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Intergrated Marketing Communication</i>).....	53
2.7 Film dan Pemasaran Film	54
2.8 Minat Konsumen.....	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	60
3.1 Paradigma Penelitian.....	60
3.2 Tipe Penelitian	61
3.3 Metode Penelitian	61
3.4 Subjek Penelitian	64
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.6 Teknik Analisis Data.....	72
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1 Gambaran Umum Falcon Pictures	78
4.1.1 Visi dan Misi.....	80
4.1.2 Logo Falcon Pictures.....	80
4.1.3 Gambaran Umum Film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1	82
4.1.4 Sinopsis Film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1.....	83

4.2 Hasil Penelitian.....	84
4.2.1 Segmentasi, Targeting, <i>Positioning</i>	84
4.2.2 Bauran Pemasaran	88
4.2.3 Bauran Promosi.....	92
4.3 Pembahasan	116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	132
5.1 Simpulan.....	132
5.2 Saran.....	134
5.2.1 Saran Akademis.....	134
5.2.2 Saran Praktis.....	134
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar 10 Film Jumlah Penonton Terbanyak Periode 2007-2018	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4.1.1 Variabel Segmentasi Film Warkop DKI Reborn	83
Tabel 4.3.1 Bentuk Kegiatan Promosi Film Warkop DKI Reborn	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pemasaran	20
Gambar 2.2 Bauran Promosi/ <i>Promotional Mix</i>	32
Gambar 2.3 Strategi Bauran Promosi	39
Gambar 4.1.2.1 Logo Falcon Pictures	78
Gambar 4.1.3.1 Poster Warkop DKI Reborn	80
Gambar 4.2.2.1.1 Promo Warkop DKI di Status Selebriti.....	91
Gambar 4.2.2.1.2 Launching Warkop DKI di SCTV	92
Gambar 4.2.2.1.3 Promo di Gen FM	93
Gambar 4.2.2.1.4 Iklan Warkop DKI di <i>Warta Kota</i>	94
Gambar 4.2.2.1.5 Cover Pemain Warkop DKI di Tabloid Bintang Indonesia	95
Gambar 4.2.2.1.6 <i>Giant</i> Poster Warkop DKI	97
Gambar 4.2.2.1.7 Standee Bannder Warkop DKI	98
Gambar 4.2.2.1.8 Konfrensi Pers Tiket <i>Pre-Sale</i>	99
Gambar 4.2.2.1.9 Pemain Warkop DKI Ngamen di Stasiun Kota.....	101
Gambar 4.2.2.1.10 Ahok Nobar Warkop DKI	102
Gambar 4.2.2.1.11 Gala Premier Warkop DKI Reborn.....	102

Gambar 4.2.2.1.12 Pemain Warkop Ziarah Ke Makam Dono dan Kasino	104
Gambar 4.2.2.1.13 <i>Pressconfrence</i> Film Warkop Meraih Rekor Perfilman Indonesia.....	105
Gambar 4.2.2.1.14 <i>Pressconfrence</i> Produser dan Pengacara Film Warkop DKI Soal Pembajakan Di Polda Metro Jaya.....	105
Gambar 4.2.2.1.15 <i>official movie merchandaise</i> Film Warkop DKI Reborn.....	106
Gambar 4.2.2.1.16 <i>Twitter Page</i> Falcon Pictures.....	108
Gambar 4.3.1 Strategi Bauran Promosi	114



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kegiatan Promo Film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1
2. Dokumentasi Jadwal nonton bareng dan *pre-sale* tiket XXI
3. Transkrip Wawancara
4. Permohonan data untuk skripsi
5. *Curriculum vitae*

