



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA FILM KKN DI DESA PENARI**

SKRIPSI

U N I T I R T A H A R I M U R T I A S
44319120030
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tirta Harimurti
NIM : 44319120030
Program Studi : Ilmu Komunikasi dan Periklanan
Judul Laporan : Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada
Skripsi : Film KKN Di Desa Penari

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 17 Februari 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



METERAI
TEMPEL
10000
SEPULUH RIBU RUPIAH
955ALX378406296

Tirta Harimurti

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Tirta Harimurti
NIM : 44319120030
Program Studi : Ilmu Komunikasi dan Periklanan
Judul Laporan : Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada
Skripsi : Film KKN Di Desa Penari

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Yuni Tresnawati, M.Ikom
NIDN : 0326068001



Ketua Penguji : Dr. A. Rahman Hi., M.Si
NIDN : 0330126403



Penguji Ahli : Rika Yessica Rahma, M.Ikom
NIDN : 0314057804



Jakarta, 17 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tirta Harimurti
NIM : 44319120030
Program Studi : Ilmu Komunikasi dan Periklanan
Judul Laporan : Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada
Skripsi : Film KKN Di Desa Penari

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Februari 2025

Yang menyatakan,


Tirta Harimurti

ABSTRAK

Nama : Tirta Harimurti
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : " Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi
Pada Film KKN Di Desa Penari"
Pembimbing : Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi digital yang dilakukan melalui media sosial dalam mendukung kesuksesan film *KKN di Desa Penari*. Promosi melalui media sosial menjadi pendekatan utama karena efektivitasnya dalam menjangkau audiens yang lebih luas secara real-time. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada perubahan signifikan dalam pola promosi film dari metode konvensional ke metode digital, khususnya melalui platform media sosial seperti Instagram, Twitter (X), dan YouTube. Fokus penelitian diarahkan untuk memahami peran media sosial dalam membangun antusiasme penonton dan memengaruhi keputusan mereka untuk menonton film di bioskop.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber utama, yaitu Karan Mahtani (*Co-Producer*), Mahran Haydar (*Co-Creative*), dan Reno Hastukrisnapati Widarto (Marketing Manager), serta analisis konten digital yang terkait dengan kampanye promosi film ini. Proses analisis dilakukan melalui triangulasi sumber dan waktu untuk memastikan validitas data. Metode penelitian ini memungkinkan eksplorasi yang lebih mendalam mengenai efektivitas strategi media sosial dalam memengaruhi keterlibatan audiens.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam menciptakan keterlibatan audiens melalui konten interaktif seperti teaser, trailer, tantangan (*challenges*), dan sesi Q&A. Penggunaan strategi berbasis data dan elemen personalisasi, seperti live streaming dengan para pemain film, berhasil meningkatkan hubungan emosional audiens terhadap film. Selain itu, penggunaan hashtag viral dan ulasan pengguna menciptakan efek bola salju yang memperluas jangkauan promosi secara eksponensial. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya konsistensi dan kreativitas dalam menyusun strategi promosi digital.

Kesimpulan penelitian ini menekankan bahwa strategi promosi digital yang interaktif, berbasis data, dan konsisten memiliki dampak signifikan terhadap kesuksesan film di era digital. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi industri perfilman Indonesia, terutama dalam merancang kampanye promosi yang lebih efektif dan relevan melalui media sosial. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi praktisi komunikasi pemasaran serta penggiat industri kreatif dalam menghadapi tantangan pemasaran digital di masa mendatang.

Kata kunci : Film KKN Desa Penari, Promosi Digital, Media Sosial, Keterlibatan Audiens, Industri Perfilman

ABSTRACT

Name : Tirta Harimurti

Study Program: Communication Studies

Title : " Utilization of Social Media as Promotional Media for
KKN Films in Penari Village"

Consellor : Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom

This study aims to analyze the digital promotion strategies conducted through social media to support the success of the film KKN di Desa Penari. Social media promotion serves as the main approach due to its effectiveness in reaching a wider audience in real-time. The research background is based on significant shifts in film promotion patterns from conventional methods to digital approaches, particularly through social media platforms such as Instagram, Twitter (X), and YouTube. The focus of this research is to understand the role of social media in building audience anticipation and influencing their decision to watch the film in theaters.

This study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews with key informants, including Karan Mahtani (Co-Producer), Mahran Haydar (Co-Creative), and Reno Hastukrisnapati Widarto (Marketing Manager), as well as digital content analysis related to the film's promotional campaigns. The analysis process used source and time triangulation to ensure data validity. This method allowed for an in-depth exploration of the effectiveness of social media strategies in influencing audience engagement.

The findings reveal that social media significantly contributes to audience engagement through interactive content such as teasers, trailers, challenges, and Q&A sessions. The use of data-driven strategies and personalized elements, such as live streaming with the film's cast, successfully enhanced the emotional connection between the audience and the film. Additionally, the use of viral hashtags and user reviews created a snowball effect, expanding the promotional reach exponentially. These findings emphasize the importance of consistency and creativity in developing digital promotion strategies.

The study concludes that interactive, data-driven, and consistent digital promotion strategies have a significant impact on the success of films in the digital era. This research provides insights for the Indonesian film industry, particularly in designing more effective and relevant promotional campaigns through social media. The researcher hopes that the findings can serve as a reference for marketing communication practitioners and creative industry players in addressing digital marketing challenges in the future.

Keywords: Film KKN Desa Penari, Digital Promotion, Social Media, Audience Engagement, Film Industry.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi Film KKN di Desa Penari”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan, Universitas Mercu Buana.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D sebagai Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA selaku Sekretaris Program Studi 1 Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan berharga selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
6. Orang tua peneliti, atas cinta dan kesabaran kalian telah membentuk diriku menjadi pribadi yang lebih baik
7. Septiani Dwijayanti, Istri peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan semangat kepada peneliti sepanjang proses penelitian dan perkuliahan ini.
8. Kirey Agnesia, Rizaldi, Sindy Ariani dan rekan-rekan mahasiswa, yang telah berbagi cerita, motivasi, serta membantu peneliti dalam banyak hal.
9. Narasumber dan pihak terkait, yang telah berkenan memberikan waktu dan wawasan berharga terkait penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan ke depannya. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat akademis maupun praktis, khususnya dalam bidang komunikasi, pemasaran digital, dan industri perfilman di Indonesia.

Jakarta, 11 Juli 2024

Tirta Harimurti



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.4.3 Manfaat Sosial	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.2 Media Sosial.....	20
2.2.3 Teori Keterlibatan dan Interaksi Pengguna.....	27
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Subjek Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.1 Data Primer	32
3.4.2 Data Sekunder.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	35

3.5.1	Tahap Reduksi Data	35
3.5.2	Tahap Penyajian Data	36
3.5.3	Tahap Pengambilan Kesimpulan	36
3.6	Teknik Pemeriksa Keabsahan	37
3.6.1	Triangulasi Sumber	37
3.6.2	Triangulasi Waktu (data dari Informan)	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1	Profil Film KKN Desa Penari	39
4.2	Hasil Penelitian	40
4.2.1	Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi Film	40
4.2.2	Strategi Promosi Film “KKN di Desa Penari” Melalui Media Sosial	43
4.3	Pembahasan	58
4.3.1	Pengaruh Interaksi Pengguna terhadap Keputusan Menonton	63
BAB V PENUTUP		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	68
5.2.1	Saran Akademis	69
5.2.2	Saran Praktis	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN		75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Poster KKN di Desa Penari	4
Gambar 3.1 Bagan Tahap Pengambilan Kesimpulan.....	36
Gambar 4.1 Promosi di Sosial Media Instagram KKN Desa Penari.....	48
Gambar 4.2 Promosi di Sosial Media Tiktok KKN Desa Penari	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data 5 Film Indonesia peringkat teratas tahun 2007-2024	6
Tabel 2.1 Analisis Kajian Terdahulu.....	15

