



**STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL SCREENPLAY
FILMS DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT**

**SKRIPSI
(Tugas Akhir)**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Elisabeth Magdalena

44322120023

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Elisabeth Magdalena

NIM : 44322120023

Program Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Judul Laporan Skripsi : Strategi Pemasaran Media Sosial Screenplay Films Dalam Menarik Minat Masyarakat

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, 22 Agustus 2025



Elisabeth Magdalena

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Elisabeth Magdalena

NIM : 44322120023

Program Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Judul Laporan Skripsi : Strategi Pemasaran Media Sosial Screenplay Films Dalam
Menarik Minat Masyarakat

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 : Dr. Farid Hamid, M.Si

NIDN : 0301117301

Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, M.A., MBA

NIDN : 0303069401

Penguji Ahli : Eka Perwita Sari Fauzi M.Ed

NIDN : 0316088201

()
()
()

Jakarta, 22 Agustus 2025

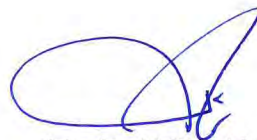
Mengetahui,

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 aktivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elisabeth Magdalena

NIM : 44322120023

Program Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Judul Laporan Skripsi : Strategi Pemasaran Media Sosial Screenplay Films Dalam Menarik Minat Masyarakat

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

Dengan Hak Bebas Royalti Non – Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/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.

Jakarta, 22 Agustus 2025

Yang menyatakan



Elisabeth Magdalena

ABSTRAK

Nama : Elisabeth Magdalena
NIM : 44322120023
Program Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Media Sosial Screenplay Films Dalam Menarik Minat Masyarakat

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi berbasis media sosial yang dilakukan oleh Screenplay Films dalam menarik perhatian audiens terhadap web series produksinya. Di tengah dominasi media digital, promosi tidak lagi hanya soal distribusi konten, melainkan bagaimana pesan kreatif dikemas agar mampu menciptakan kedekatan dengan audiens. Fokus penelitian diarahkan pada praktik promosi yang dilakukan melalui Instagram, TikTok, dan Twitter, dengan meninjau cara Screenplay Films membangun narasi, memanfaatkan tren, serta berkolaborasi dengan influencer.

Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, melalui wawancara mendalam bersama tim pemasaran Screenplay Films, observasi partisipatif, serta analisis konten unggahan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dengan pendekatan 4P, khususnya pada aspek produk dan promosi, menjadi kunci keterlibatan audiens. Screenplay Films menonjolkan kualitas cerita yang emosional, menyebarkannya melalui platform digital yang relevan, dan mengemas promosi secara interaktif lewat kampanye visual serta kolaborasi kreator. Strategi ini berhasil menciptakan interaksi dua arah, membangun buzz, dan mendorong partisipasi audiens dalam menyebarkan konten. Penelitian menyimpulkan bahwa promosi melalui media sosial mampu memperkuat brand awareness sekaligus memperluas jangkauan web series secara organik. Studi ini diharapkan dapat memberi kontribusi praktis bagi pelaku industri kreatif dalam merancang promosi digital yang adaptif dengan dinamika audiens di era media baru.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Media Sosial, Web Series, 4P, Screenplay Films*

ABSTRACT

Name : Elisabeth Magdalena
NIM : 44322120023
Study Program : Advertising & Marketing Communication
Thesis Title : *Screenplay Films' Social Media Marketing Strategy to Attract Public Interest*

This study aims to analyze the social media-based promotion strategies employed by Screenplay Films in capturing audience attention for its web series productions. In the current era of digital dominance, promotion is no longer limited to content distribution but also involves the creative packaging of messages that foster emotional closeness with audiences. The research focuses on promotional practices carried out through Instagram, TikTok, and Twitter, examining how Screenplay Films builds narratives, leverages trends, and collaborates with influencers.

This research applies a descriptive qualitative method within the constructivist paradigm, utilizing in-depth interviews with the Screenplay Films marketing team, participatory observation, and content analysis of social media posts. The findings reveal that promotion based on the 4P approach particularly in terms of product and promotion plays a central role in driving audience engagement. Screenplay Films highlights emotionally resonant storytelling, distributes content through relevant digital platforms, and designs interactive promotional campaigns supported by visual elements and collaborations with creators. These strategies successfully foster two-way interactions, generate buzz, and encourage audience participation in content dissemination.

The study concludes that social media promotion not only strengthens brand awareness but also expands the organic reach of web series productions. It is expected to provide practical contributions for creative industry players in designing digital promotion strategies that remain adaptive to the dynamics of contemporary audiences..

Keywords : Marketing Strategy, Social Media, Web Series, 4P, Screenplay Films

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena dengan RahmatNya penulis diberikan kemudahan dalam mengerjakan dan menyelesaikan dalam mengerjakan tugas akhir ini dengan judul “Strategi Pemasaran Media Sosial Screenplay Dalam Menarik Minat Masyarakat” dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan penulis sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan dalam memperoleh gelar Sarjana.

Tugas akhir ini dibuat berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Screenplay Films. Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis tidak lepas dari banyak pihak yang telah memberikan bimbingan, masukan dan dukungan kepada penulis. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menyertai penulis dari awal penulisan sampai selesai dan dalam menghadapi segala rintangan yang ada.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan motivasi, doa, kasih sayang dan perhatian selama mengerjakan tugas karya akhir ini maupun selama mengikuti perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing penulis yang telah pengertian, perhatian dan rela menyediakan waktu dalam memberikan masukan, arahan, serta dukungan dalam menyelesaikan tugas karya akhir ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan berguna selama dua tahun penulis menempuh Pendidikan di Universitas Mercu Buana.

5. Sahabat penulis, Raid Zuhdi dan Farah Aqila. Terima kasih atas kebersamaan selama kurang lebih tiga tahun serta selalu bersama baik suka maupun duka.
6. Teman – teman penulis di masa perkuliahan, yang selalu mengisi hari – hari penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Mercu Buana.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan karena masih banyak kekurangan atau kesalahan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf serta mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan menjadi lebih baik lagi. Semoga tugas akhir yang penulis buat dapat berguna dan bermanfaat untuk siapa saja membutuhkan.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latarbelakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Kajian Teoritis.....	21
2.2.1 Marketing Mix	21
2.2.2 Pemasaran	24
2.2.3 Strategi	26
2.2.4 Strategi Pemasaran.....	28
2.2.5 Jenis Strategi Pemasaran.....	30
2.2.6 Media Sosial.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Pendekatan Penelitian	43
3.3 Metode Penelitian	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Hasil Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Minat Masyarakat terhadap Web Series di Indonesia.....	53
4.2.2 Hasil Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Minat Masyarakat terhadap Web Series di Indonesia.....	70
4.3 Pembahasan.....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Poster Web Series buatan Screenplay Films	2
Gambar 4. 1 Logo Screenplay	51
Gambar 4. 2 Tim Screenplay Films.....	53
Gambar 4. 3 Promosi Media Sosial Screenplay Films	54
Gambar 4. 4 Promosi Series Happy Birth-die oleh tim dari screenplay dan artis pemeran, Natasha Wilona	56
Gambar 4. 5 Promosi Bulan Ramadhan oleh Screenplay Films di Media sosial Sekaligus promosi series	63
Gambar 4. 6 Tim Media Sosial Screenplay Films Melibatkan para penonton di Sosial Media dengan membuka kolom pendapat di Stories	76



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	14
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	101
Lampiran 2 Curriculum Vitae	106
Lampiran 3 Lembar Similiarity Check.....	107

