

LAPORAN SKRIPSI

**INOVASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
FILM GUNDALA
DALAM MENARIK MINAT PENONTON KE BIOSKOP**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Kevin Arya Adiputra
21.M1.0060

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021**

**INOVASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
FILM GUNDALA
DALAM MENARIK MINAT PENONTON KE BIOSKOP**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna
memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Kevin Arya Adiputra

21.M1.0060

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul :

INOVASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FILM GUNDALA DALAM MENARIK MINAT PENONTON KE BIOSKOP

ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumannya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 26 Oktober 2021



Kevin Arya Adiputra

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

**INOVASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FILM GUNDALA
DALAM MENARIK MINAT PENONTON KE BIOSKOP**

Disusun oleh :

Nama : Kevin Arya Adiputra

NIM : 21.M1.0078

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal : 9 Oktober 2021

Dosen Penguji :

- 1 Drs. St. Hardiyarso M.Hum. (.....)
- 2 V. Ananda Arum P, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)
- 3 Rotumiar Pasaribu S.S., M.I.Kom. (.....)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ssarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal : 27 Oktober 2021



Marcella E
(Dr. Marcella E Simanjuntak, SH., CN., M.Hum)

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Kevin Arya Adiputra
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Hukum dan Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul :

“INOVASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FILM GUNDALA DALAM MENARIK MINAT PENONTON KE BIOSKOP” beserta perangkat yang ada (jika dibutuhkan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata Semarang berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 26 Oktober 2021

Yang menyatakan



Kevin Arya Adiputra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “INOVASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FILM GUNDALA DALAM MENARIK MINAT PENONTON KE BIOSKOP”. Adapun maksud disusunnya skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata I di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tersusun bukan hanya atas usaha penulis sendiri, tetapi juga berkat bantuan dan dorongan yang penulis terima dari keluarga serta teman – teman. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ini mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu menyertai di setiap langkah saya dalam proses penyelesaian skripsi terlebih dalam kehidupan sehari – hari.
2. Dr. Marcella E Simanjuntak, SH., CN., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Dr. Y. Budi Sarwo, S.H., M.H, selaku Wakil Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
5. Drs. St. Hadiyarso, M.Hum., selaku Dosen Pembimbing I, yang sudah memberikan saran dan meluangkan waktu untuk membimbing saya di dalam penyusunan skripsi.
6. Vincentia Ananda Arum P, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang sudah sangat membimbing dan memberi dukungan berupa ilmu, waktu dan saran sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi.

7. Pihak Screenplay Bumilangit yang sudah berkenan memberikan informasi yang saya butuhkan sehingga saya bisa Menyusun skripsi.
 8. Diri saya sendiri yang telah yakin dan percaya pada waktu dengan segala cerita dan rencananya.
 9. Alm. Bapak Ir. Boediono, Mama dan Bapak Ir. Henarno yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya dalam kehidupan sehari – hari.
 10. Almh. Mbak Yani, Mas Bayu, Mbak Ola, Mas Ari dan Mbak Citra yang selalu mendukung dan memberi semangat terlebih selama proses penyelesaian skripsi.
 11. Putri Briliani yang selalu menemani, menghibur, dan juga memberikan semangat serta masukan kepada saya di dalam proses penyusunan skripsi.
 12. Chalita, Avia, Clarinta, Kineta, Kirana, Zafran, Ammar yang juga selalu menghibur dengan kelucuannya.
 13. Bima Sinatrya, Bunga Luh, Marutta Ajie, dan Felicitas Devita yang sudah memberikan masukan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi.
- Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk rekan – rekan mahasiswa serta pembaca sekaligus dapat menambah pengetahuan mengenai Ilmu Komunikasi.

Semarang,



Kevin Arya Adiputra

ABSTRACT

This study aims to find out the promotional strategy innovations carried out by Screenplay Bumilangit in attracting audiences to come to the cinema studio to watch the Gundala film. The research data was obtained through observation, documentation, and in-depth interviews with the Head of Public Relations from Screenplay Bumilangit. This research used descriptive qualitative method. Analysis of the data includes data collection, data reduction, data presentation and conclusions. The result showed that Screenplay Bumilangit innovated marketing communication strategies by referring to the marketing communication mix strategy including advertising, sales promotion, events and experiences, public relations and publicity, online and social media marketing, mobile marketing, direct and database marketing. With the strategic process that has been carried out, it helps in introducing and disseminating information about the Gundala character and the Gundala film so that it can attract audiences to come to the cinema studio to watch the Gundala film and increase sales for the company.

Keyword: marketing communication strategy, marketing communication mix.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Akhir	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Berpikir	13
2.3 Komunikasi Pemasaran	14
A. Advertising	15
B. Sales Promotions	16

C. Events and Experiences.....	17
D. Public Relations and Publicity	18
E. Online and Social Media Marketing.....	18
F. Mobile.....	19
G. Direct and Database Marketing.....	19
H. Personal Selling	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Metode Penelitian	21
3.2 Lokasi dan Tatakala Penelitian	22
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	22
3.2.2 Tatakala Penelitian.....	22
3.3 Objek Penelitian.....	23
3.4 Data	23
3.4.1 Sumber Data	23
A. Data Primer.....	23
B.Data Sekunder	23
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	24
A. Observasi	24
B. Wawancara	24
C. Dokumentasi	25
3.4.3 Teknik Pemilihan Informan.....	25
3.4.4 Teknik Analisis Data	26
A. Reduksi Data.....	27
B. Penyajian Data	27
C. Penarikan Kesimpulan	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	28

4.1.1 Screenplay Bumilangit	28
4.2 Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran Film Gundala	29
4.2.1 Advertising	30
4.2.2 Sales Promotion.....	34
A. Voucher	35
B. Merchandise.....	35
4.2.3 Event and Experiences	37
A. We The Fest.....	37
B. Gundala X #seasoldiers Beach Clean Up.....	38
C. Fan Art #GundalaFanArt	39
D. Countdown #MENUJUGUNDALA.....	41
E. #GundalaSongTribute	42
F. Gapura Gundala	43
G. Roadshow	45
H. Kampanye CFD dan Peresmian MRT	46
4.2.4 Public Relations and Publicity.....	47
4.2.5 Online and Social Media Marketing	49
A. Ulasan Singkat	52
4.3 Pembahasan.....	53
4.3.1 Advertising	54
4.3.2 Sales Promotions	55
4.3.3 Event and Experiences.....	55
4.3.4 Public Relations and Publicity	56
4.3.5 Online and Social Media Marketing.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60

DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4.1 Iklan Film Gundala	32
Tabel 4.2 Promosi Penjualan Tiket Film Gundala	36
Tabel 4.3 Fan Art #GundalaFanArt	40
Tabel 4.4 Hasil Kompetisi Countdown #MENUJUGUNDALA.....	41
Tabel 4.5 Hasil Kompetisi Gapura Gundala.....	44
Tabel 4.6 Jumlah Penonton Film Gundala.....	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Poster Film Gundala	30
Gambar 4.2 Official Akun Instagram Gundala	31
Gambar 4.3 Official Trailer Gundala di Youtube.....	31
Gambar 4.4 Komik Gundala di Line Webtoon	32
Gambar 4.5 Gundala pada acara We The Fest.....	37
Gambar 4.6 Gundala pada acara We The Fest.....	38
Gambar 4.7 Gundala Beach Clean Up	38
Gambar 4.8 Kompetisi #GundalaFanArt.....	39
Gambar 4.9 Kompetisi #MENUJUGUNDALA.....	41
Gambar 4.10 Kompetisi #GundalaSongTribute	42
Gambar 4.11 Kompetisi #GundalaSongTribute	42
Gambar 4.12 Hasil Kompetisi #GundalaSongTribute	43
Gambar 4.13 Kompetisi Gapura Gundala.....	43
Gambar 4.14 Meet and Greet.....	45
Gambar 4.15 Meet and Greet.....	45
Gambar 4.16 Kunjungan Gundala	46
Gambar 4.17 Theater Visit.....	46
Gambar 4.18 Gundala dalam acara CFD	47
Gambar 4.19 Gundala dalam acara Peresmian MRT.....	47
Gambar 4.20 Gundala Beach Clean Up	48
Gambar 4.21 Pemberitahuan Publikasi Fan Art	48
Gambar 4.22 Publikasi Hasil #GundalaSongTribute	49
Gambar 4.23 Ulasan Singkat Chicco Jerikho	52
Gambar 4.24 Ulasan Singkat Joe Taslim.....	52
Gambar 4.25 Ulasan Singkat Yayan Ruhian.....	53

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Peningkatan Jumlah Penonton Film Bioskop Indonesia	2
---	---



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Diagram 3.1 Komponen dalam analisis data model interaktif	26

