

LAMPIRAN 1



Nama : Jessica Pinkananda
Alamat : SCTV Tower Lantai 11, Senayan
City Mall, Jalan Asia Afrika Lot 19,
Jakarta Pusat.
Jabatan : *Head of Public Relation* Screenplay
Bumilangit

TRANSKRIP WAWANCARA

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran dari Screenplay Bumilangit pada film Gundala untuk menarik minat penonton ?
 - ▶ *Planning* dan strategi yang dilakukan Screenplay Bumilangit pada film Gundala yang pertama menggunakan *platform* media sosial karena saat ini semua orang sangat akrab dengan media sosial. Selain menggunakan media sosial, Screenplay Bumilangit juga memasarkan film Gundala melalui media konvensional seperti TV, radio, OOH, baliho, *flyer*, *off air*. Hal ini dikarenakan strategi komunikasi yang dilakukan berdasarkan produknya dengan positioning dan target yang harus sesuai karena Gundala adalah film jagoan atau superhero pertama Indonesia, Gundala juga merupakan film yang diadaptasi dari komik yang sudah dikenal bertahun – tahun oleh masyarakat Indonesia, maka dari itu Screenplay Bumilangit Menyusun perencanaan agar menjadi sebuah strategi pemasaran yang bagus dan belum pernah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan itu semua, upaya yang dilakukan Screenplay Bumilangit juga sangat luar biasa karena menjadi sebuah tantangan agar pembaca komik Gundala terdahulu untuk menyukai film Gundala. Penggunaan media konvensional juga dikarenakan komik Gundala yang sudah terbit

puluhan tahun lalu dan pasti memiliki pembaca dengan usia yang tidak muda lagi. Selain menjangkau target dengan usia yang tidak muda lagi, Screenplay Bumilangit juga menjangkau penikmat film dengan usia muda, caranya dengan menjemput bola melalui kunjungan bersama pemeran film Gundala seperti Abimana Arasatya dan Tara Basro di beberapa sekolah dan kampus Berikutnya datang dari director film Gundala yaitu Joko Anwar beserta tim produksi dan tim kreatif yang menyajikan *trailer* dengan sangat bagus, karena untuk menarik minat penonton salah satunya melalui *trailer* yang dikemas dengan bagus

2. Film Gundala mengangkat kisah seorang superhero, berbeda dengan film lainnya yang sedang marak di pasaran, jumlah penonton tercatat juga banyak. Inovasi apa yang dilakukan untuk menjadikan kegiatan promosi film Gundala berbeda dengan film lainnya ?

► Inovasi yang paling spesial kami berkesempatan melakukan promosi di *prime time* dan *main stage* festival musik terbesar di Indonesia dari Ismaya yaitu *We The Fest*. Hal ini dilakukan untuk mengenalkan tokoh Gundala kepada anak – anak muda Jakarta yang tidak membaca komiknya. Selanjutnya menggunakan digital agency terbaik. Disamping itu, film Gundala juga merupakan gebrakan baru dan menjadi salah satu pilihan superhero di Indonesia dengan menggandeng aktor terbaik di bidangnya. Inovasi berikutnya yang dilakukan Screenplay Bumilangit dalam kegiatan promosi film Gundala yaitu melakukan *campaign* “*Gundala Beach Clean Up*” yang bekerjasama dengan *sea soldier*. Kegiatan ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa seorang superhero tidak selalu identik dengan pertengkaran dan bermain di politik namun juga harus peduli dengan kebersihan lingkungan sekitar. Selanjutnya juga diadakan berbagai macam kompetisi dengan segala informasi yang bisa dilihat dari *official account* Instagram Gundala, salah satunya yaitu *fan art* Gundala. Dalam kompetisi ini dilakukan tanpa ada iming – iming hadiah, namun antusias dari

masyarakat sangat luar biasa terbukti lebih dari 1.000 karya yang diterima oleh tim promosi film Gundala. Apresiasi juga diberikan oleh Joko Anwar kepada para pemenang berupa posting hasil karya fan art di media sosial milik Joko Anwar dan *official account* Gundala serta dipamerkan di beberapa bioskop Indonesia. Berikutnya tim promosi film Gundala juga aktif dalam kegiatan masyarakat *Car Free Day* (CFD) dengan mengajak tokoh petinggi negara Indonesia serta menampilkan cosplay Gundala dalam peresmian *Mass Rapid Transit* (MRT).

3. Apakah Screenplay Bumilangit memiliki kerjasama dengan pihak lain dalam upaya mempromosikan Film Gundala ?

- ▶ Screenplay Bumilangit bekerjasama dengan berbagai *brand*, beberapa diantaranya yaitu Bank BRI, Janji Jiwa, Grab, TIX ID dan Bukalapak. Salah satu kerjasama yang dilakukan Screenplay Bumilangit dengan Bukalapak yaitu dengan tersedianya *official store* Bumilangit yang menyediakan *merchandise* Gundala. Dengan adanya kerjasama tersebut, Film Gundala juga dipromosikan melalui *platform* dari masing – masing *brand*. Kerjasama juga dijalin Screenplay Bumilangit dengan semua media untuk meliput segala kegiatan yang berhubungan dengan promosi Film Gundala. Selanjutnya kerjasama juga dilakukan dengan platform chatting yaitu Line dengan merilis komik melalui fitur Line Webtoon. Kerjasama serupa juga dilakukan oleh Screenplay Bumilangit dengan Kinokuniya Bookstore dan Gramedia di seluruh Indonesia. Berikutnya juga dilakukan kerjasama dengan beberapa band indie dan under label yang ikut mempromosikan Film Gundala dengan cara membuat karya berupa soundtrack yang akhirnya akan masuk dalam beberapa *segmen* Film Gundala.

4. Siapa target sasaran dari strategi promosi tersebut ?

- ▶ Target sasaran Screenplay Bumilangit dalam Film Gundala adalah masyarakat luas yang memiliki kegemaran untuk nonton film di bioskop dengan semua kalangan usia atau *general audience*.

5. Bagaimana cara mengukur keberhasilan dari strategi tersebut ? Apakah ada pencapaian jumlah penonton atau ada ukuran pencapaian tersendiri ?

- ▶ Umumnya keberhasilan sebuah film diukur dari jumlah penonton. Hal ini dikarenakan untuk menghitung pendapatan sebuah rumah produksi. Namun selain itu bagi Screenplay Bumilangit, keberhasilan tersebut dilihat dari antusiasme yang diberikan oleh masyarakat dalam menerima sosok figur pahlawan Indonesia yaitu Gundala. Antusiasme tersebut berupa ramainya *official account* Gundala, banyaknya permintaan merchandise, banyaknya demand dari negara lain untuk menonton Film Gundala. Berikutnya keberhasilan juga dilihat melalui berbagai macam film festival yang mampu diterobos oleh Film Gundala.

6. Pada Instagram Official Film Gundala, posting sejak hari H-7 hingga H+7 penayangan lebih gencar memberikan informasi terbaru, informasi jumlah penonton dan ulasan – ulasan singkat dari para penonton. Apakah hal tersebut sudah menjadi rangkaian dari strategi promosi Film Gundala melalui Instagram ? Apakah ada strategi khusus dalam pengelolaan konten promosi melalui media sosial ?

- ▶ Penayangan dari hari H-7 sampai H+7 lebih gencar dilakukan untuk memberi informasi tentang film Gundala termasuk dalam rangkaian strategi promosi karena periode promosi film Gundala sudah dari tahun 2018. Hal tersebut merupakan rangkaian marketing yang sangat panjang, namun produknya yang berupa film memiliki waktu yang singkat untuk diputar di bioskop. Maka dari itu,

untuk mengejar dan mendapatkan penonton dengan jumlah banyak di 3 hari pertama, tim pemasaran dari film Gundala lebih gencar melakukan promosi sejak H-7 sebelum penayangan film.

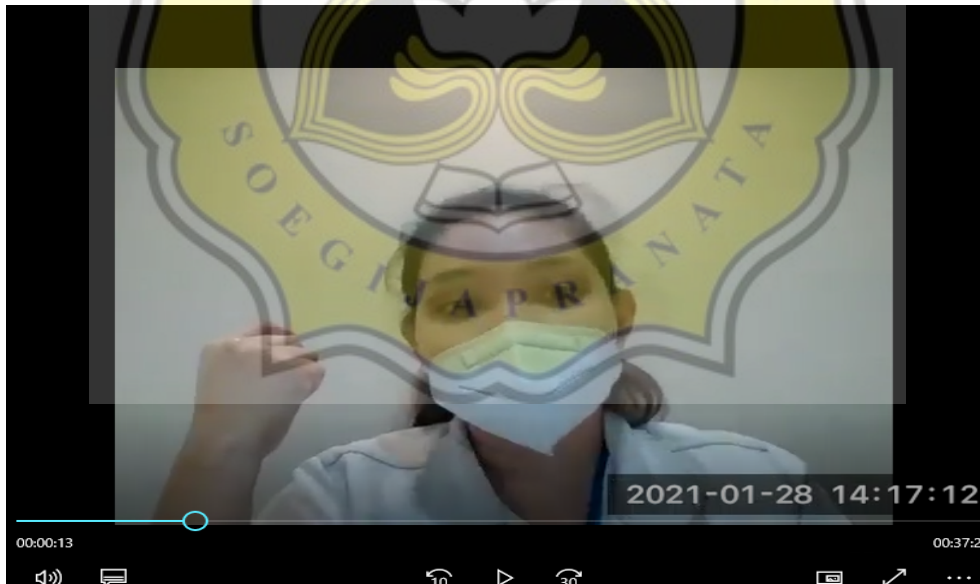
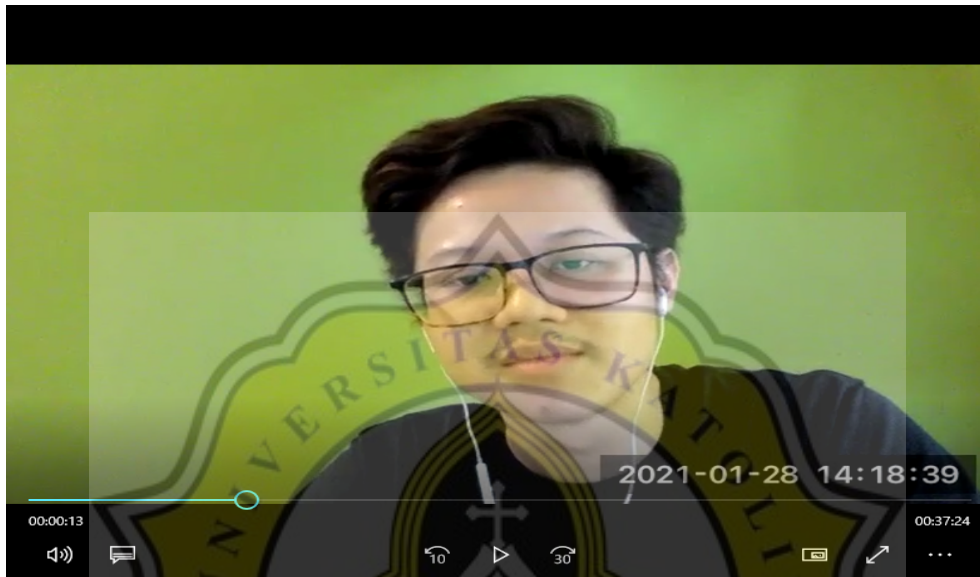
- ▶ Selain itu, penayangan premier film Gundala hanya memiliki jeda waktu yang singkat dari waktu *publish* secara umum agar sensasi yang dirasakan tidak jauh berbeda dan menghindari adanya *spoiler*. Berikutnya penayangan *review* film berupa ulasan singkat dari para artis pada sosial media dilakukan karena media digital dianggap paling cepat dalam menjangkau potensi penonton.

7. Apakah ada kendala dalam proses promosi film Gundala ?

- ▶ Ada beberapa kendala yang dialami dalam proses promosi film Gundala, diantaranya seperti harus melibatkan langsung aktor dan aktrisnya untuk ikut serta dalam promosi melalui media sosial yang mana beberapa dari mereka tidak mau aktif. Kendala berikutnya berupa sukarnya menyamakan jadwal para pemain agar bisa mengikuti *road show* promosi. Negosiasi dengan pihak ketiga seperti vendor juga menjadi salah satu kendala yang dialami oleh tim promosi.

LAMPIRAN 2

Proses wawancara peneliti dengan narasumber





9.1% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

1.07% IN QUOTES 

Report #13764447

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kemajuan zaman telah membawa pengaruh yang besar dalam kehidupan manusia. Hampir segala aspek di dalamnya berkembang mengikuti arus yang bergerak pesat. Perkembangan yang terjadi mendorong semua

