

ABSTRACT

Penelitian ilmiah ini mengeksplorasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Visinema Pictures sebagai rumah produksi film "Mencuri Raden Saleh". Dengan industri film yang terus berkembang dan persaingan yang semakin ketat untuk mendapatkan perhatian penonton film, komunikasi pemasaran yang efektif memainkan peran penting dalam menjamin keberhasilan sebuah film. Industri film di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir, menjadikannya subjek menarik untuk dianalisis dalam konteks strategi pemasaran dan komunikasi film. Untuk memahami bagaimana teknik komunikasi pemasaran film ini memengaruhi kesuksesannya di pasar Indonesia, penelitian ini menyelidiki kampanye pemasaran seputar film "Mencuri Raden Saleh". Studi kasus ini mengeksplorasi berbagai saluran komunikasi pemasaran, strategi, dan pesan yang digunakan selama kampanye promosi untuk melibatkan dan menarik audiens film. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan metode studi kasus deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan orang-orang yang dipilih sebagai sumber informasi dan observasi. Temuan dari penelitian ini memberikan wawasan tentang kualitas promosi film di industri film Indonesia, menjelajahi peran aktor, genre film, dan media sosial. Studi ini juga mengevaluasi seberapa efektif strategi komunikasi pemasaran terlibat dan mencapai target audiens, memberikan kontribusi pada percakapan yang lebih luas tentang pemasaran film dan dampak budayanya.

This research paper examines the marketing communications strategies employed by Visinema Pictures as a production house in the promotional campaign of the film “Mencuri Raden Saleh”. With the expanding film industry and the increasing competition for film audiences, effective marketing communication plays a crucial role in ensuring the success of a film. The film industry in Indonesia has witnessed remarkable growth in recent years, making it an intriguing subject of analysis in the context of film marketing and communication strategies. To comprehend how the movie's marketing communication techniques affected its success in the Indonesian market, the study delves into the marketing campaigns surrounding "Mencuri Raden Saleh". This case study explores the various marketing communication channels, strategies, and messages utilized during the promotional campaign to engage and attract the target audience. The research was conducted using a qualitative research approach and descriptive case study method. Data collection was conducted through in-depth interviews with selected resource persons and observation. The findings of this research shed light on the qualities of film promotion in the Indonesian film industry, exploring the role of actors, film genre, and social media. The study also assesses how effectively marketing communication strategies engage and reach the target audience, adding to the larger conversation about film marketing and its cultural impacts.

Keywords: marketing communication, film promotion, film campaign strategy, and planning.