



INTISARI

Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk mengidentifikasi strategi yang dilakukan oleh Ravacana Films dalam menyebarluaskan profilnya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keingintahuan penulis akan cara Ravacana Films sebagai rumah produksi independen dalam mengenalkan dan memperluas profilnya kepada publik sehingga namanya dapat dikenal dengan luas, khususnya di kalangan film independen. Terlebih apabila mengingat banyaknya jumlah pembuat film independen saat ini yang dapat menyebabkan persaingan, maka harus ada langkah penyebaran profil. Metode perolehan data dilakukan dengan mengadakan studi lapangan dan studi pustaka. Ketika melakukan studi lapangan saat magang di Ravacana Films, penulis melakukan wawancara dengan produser dan publisistis Ravacana Films. Pada kegiatan wawancara, penulis memperoleh data dalam bentuk rekaman suara, catatan personal saat wawancara, foto, serta dokumen dan berkas Ravacana Films untuk mendukung proses penelitian. Sedangkan pada studi pustaka, penulis memperoleh data dengan menelusur dan mengulas beberapa jenis literatur seperti buku, jurnal, dan internet. Data yang didapatkan dikelompokkan sesuai obyektif dan disajikan dengan pendeskripsian menggunakan bahasa Inggris dengan dukungan grafik, tabel, dan foto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ravacana Films menyebarkan profilnya dengan cara pendistribusian atau penempatan filmnya ke film festival dan melakukan kegiatan promosi yang diadaptasi dari bauran promosi, diantaranya adalah iklan di Instagram dan Twitter, memberikan intensif, menulis rilis pers dan mengadakan kegiatan kemasyarakatan, melakukan *pitching* ide, penyebaran proposal, dan membangun interaksi lewat Instagram. Kegiatan-kegiatan dalam usaha penyebaran profil ini mampu mempengaruhi kesadaran merek lantaran dari banyaknya pemaparan profil kepada target audiensnya. Dalam kehumasan sendiri, usaha penyebaran profil ini berhubungan dengan tujuan humas untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik.

Kata kunci: Strategi, perluasan profil, film festival, bauran promosi.

ABSTRACT

This final paper aims to identify the strategies of Ravacana Films on spreading its profile. The research is motivated by the author's curiosity about how Ravacana Films as an independent production house on introducing and spreading its profile to public so its name can be widely known, especially amongst independent film sphere. Notably, considering a large number of independent filmmakers in Indonesia that may yield to more competition, thus there must be actions of spreading one's profile. The method of collecting data were undertaken through field study and library study. When conducting the field study during an internship at Ravacana Films, writer conducted interviews with the producer and publicist of Ravacana Films. To support the research process, all the data in the form of sound recordings, interview notes, photos, documents, and records of Ravacana Films were obtained. Meanwhile, in library study writer collected data by researching and reviewing several types of literature such as books, journals, and the internet. All the collected data were classified based on the objectives and presented in description using English with graphics, tables, and photos to support the data. The result indicates that Ravacana Films spreads its profile by distributing or placing its films to film festivals and conducting promotion activities that may refer to the implementation of a promotion mix, including advertises on Instagram and Twitter, provides incentives, writes press releases and holds community activities, pitches ideas, spreads proposals, and builds interactions through Instagram. Those activities in the effort of spreading its profile are able to affect brand awareness because of how much the target audiences are being exposed to the profile of Ravacana Films. From the viewpoint of public relations, the actions of spreading the company profile is related to the purpose of public relations by which to create a better public understanding.

Keywords: Strategy, spreading profile, distribution, film festival, promotion mix.