

INOVASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA FILM MENCURI RADEN SALEH DALAM MENARIK MINAT PENONTON KE BIOSKOP

Nurmelia Dwi Arifiana

ABSTRAK

Persaingan yang ketat dalam industri film membuat nilai komersial film sangat bergantung pada jumlah penonton, sehingga hal tersebut menjadi perhatian utama bagi tiap rumah produksi. Inovasi dalam strategi komunikasi pemasaran menjadi penting dalam situasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keberhasilan bentuk inovasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh rumah produksi Visinema Pictures dalam menarik minat penonton film Mencuri Raden Saleh ke bioskop. Dalam mencari tahu bentuk inovasi apa yang dilakukan oleh pihak *Marketing* Visinema Pictures, peneliti meneliti dengan teknik pengumpulan data, meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara sendiri dilakukan kepada pihak *Marketing* Visinema Pictures dan beberapa target audiens yang akan mendapatkan hasil penelitian lebih objektif terhadap pelaksanaan promosi film Mencuri Raden Saleh. Data yang telah dikumpulkan diolah melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian, dalam penerapan berbagai komponen bauran promosi pada aktivitas pemasaran film Mencuri Raden Saleh yang dilakukan oleh pihak *Marketing* Visinema Pictures, ditemukan inovasi strategi komunikasi pemasaran berupa strategi *viral marketing* dengan bentuk promosi *Photocard Exclusive Cast* dan strategi *event marketing* dalam format acara musik yaitu Komplotan Berkaraoke 2.0 yang berhasil meningkatkan jumlah penonton film Mencuri Raden Saleh di bioskop.

Kata kunci: *Event Marketing*, Industri Film, Sosial Media, Strategi Komunikasi Pemasaran, *Viral Marketing*.

**INNOVATIVE MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES IN THE
FILM MENCURI RADEN SALEH TO ATTRACT AUDIENCE INTEREST
TO CINEMAS**

Nurmelia Dwi Arifiana

ABSTRACT

The intense competition within the film industry has made the commercial success of films heavily reliant on audience numbers, thereby becoming a primary concern for every production house. Innovation in marketing communication strategies has become crucial in this context. This research aims to analyze the success of marketing communication strategy innovations implemented by Visinema Pictures in attracting audiences to cinemas for the film "Mencuri Raden Saleh". To identify the specific innovations undertaken by Visinema Pictures' Marketing Department, researchers employed data collection techniques including interviews, observations, and documentation. Interviews were conducted with Visinema Pictures' Marketing Department and selected target audience to ensure a comprehensive perspective of the promotional efforts for "Mencuri Raden Saleh". Data collected underwent three stages of analysis: data reduction, data presentation and conclusion. Based on the findings, the implementation of various promotional mix components in the marketing activities for "Mencuri Raden Saleh" by Visinema Pictures included innovative marketing communication strategies such as viral marketing through the Photocard Exclusive Cast promotion and event marketing through the musical event format "Komplotan Berkaraoke 2.0". These strategies successfully increased the number of viewers for the film Mencuri Raden Saleh in cinemas.

Keywords: *Event Marketing, Film Industry, Marketing Communication Strategy, Social Media, Viral Marketing.*