

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang diperoleh mengenai Strategi Pemasaran Pada Film “KKN di Desa Penari” Dalam Mempertahankan Eksistensi Selama Penundaan Penayangan 2 Tahun dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Manoj Punjabi selaku produser rumah produksi MD Pictures yang mampu membaca dan mengoptimalkan peluang *viral*-nya thread *Twitter* berjudul “KKN di Desa Penari” pada 2019 menjadi peluang awal keberhasilan film “KKN di Desa Penari” meraih 9,2 juta penonton. Memanfaatkan momen *viral*-nya kisah “KKN di Desa Penari” memicu pemanfaatan momen *viral marketing* sebagai pondasi utama dalam meraih minat public untuk menonton film “KKN di Desa Penari”. Konsep *viral marketing* merupakan pengembangan dari teori *word of mouth* dimana persebaran informasi menyebar melalui individu ke individu yang membentuk mata rantai hingga informasi tersebut berhenti disebarkan ke individu lain. Pemanfaatan *viral marketing* ini terbentuk karena adanya peluang pasar yang sudah tertarik dengan cerita “KKN di Desa Penari”. Dalam upaya mendapat pasar yang sudah terbentuk itulah yang menjadikan momentum pemanfaatan strategi *viral marketing* mampu menghantarkan film “KKN di Desa Penari” menjadi film terlaris sepanjang masa dengan 9,2 juta penonton dalam satu bulan penayangan.

Pemanfaatan *viral marketing* yang dioptimalkan oleh MD Pictures juga diperkuat dengan penerapan teori AIDA yang digunakan untuk menentukan langkah – langkah dalam rangka meraih pasar dan mempertahankan eksistensi film tersebut. Berikut adalah langkah-langkah penerapan teori AIDA yang dilakukan oleh MD Pictures sebagai salah satu upaya keberhasilan film “KKN di Desa Penari”.

#### *Awareness*

*Awareness* merupakan langkah pertama untuk menciptakan kesadaran public terhadap suatu produk yang ditawarkan. Dalam kasus ini MD Pictures memanfaatkan momentum *viral*-nya kisah “KKN di Desa Penari” yang sudah terlebih dahulu dikenal oleh masyarakat. Pemanfaatan momentum tersebut

dilakukan dengan cara melakukan konferensi pers terkait akan dibuatnya kisah “KKN di Desa Penari” menjadi sebuah film layar lebar. Dengan begitu kesadaran public akan film “KKN di Desa Penari” semakin meningkat.

### ***Interest***

Menarik perhatian public dengan cara mengunggah konten-konten berkaitan dengan film “KKN di Desa Penari”. Sebagai salah satu contoh adalah pengenalan tokoh dan karakter dalam film tersebut. Pengenalan tokoh dan karakter dalam film ini diperkenalkan melalui cuplikan video teaser dan behind the scene yang diunggah dimedia sosial MD Pictures. Kegiatan tersebut dilakukan terus-menerus ditengah penundaan penayangan selama 2 tahun.

### ***Desire***

Setelah berhasil menarik perhatian public maka langkah berikutnya adalah menggugah hasrat atau keinginan public untuk menonton film tersebut. Dalam hal ini MD Pictures menyebarkan konten-konten terkait *thrailer* film dengan tujuan menggugah rasa penasaran public dan meningkatkan rasa ingin menonton film tersebut. Kegiatan ini diulang dimasa penundaan penayangan selama 2 tahun untuk menjaga eksistensi film “KKN di Desa Penari” agar tetap menjadi *top of mind*.

### ***Action***

Pada tahap ini, public akan membuat keputusan akan membeli tiket film “KKN di Desa Penari” ataupun tidak. Dalam hal ini MD Pictures meningkatkan upaya menyebarkan promo film berupa trailer atau teaser serta tanggal penayangan film yang terus disebar di media sosial MD Pictures. MD Pictures juga menggelar gala premier yang dihadiri oleh para artis, influencer, dan perwakilan dari followers media sosial MD Pictures untuk turut menyaksikan dan memberikan reviewnya terhadap film “KKN di Desa Penari”.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan secara rinci diatas, terdapat temuan lain yang bisa dijadikan penelitian lanjutan, yaitu keberhasilan film “KKN di Desa Penari” yang tidak sejalan dengan jumlah rating yang didapat. Perolehan

rating film yang tidak begitu baik seolah tidak berpengaruh terhadap perolehan jumlah penonton yang tinggi. Maka peneliti akan memberikan saran yang harapannya penelitian selanjutnya bisa mengeksplor hubungan antara rating film dengan keberhasilan film. Harapannya penelitian yang akan datang mampu mengungkap lebih jauh mengenai film “KKN di Desa Penari” dengan berbagai data yang lebih lengkap.

Dengan keterbatasan penulis dalam memperoleh data langsung dari narasumber, diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk bisa mengumpulkan data dari narasumber agar bisa mengungkap lebih jauh dengan menggunakan teori yang lebih banyak agar dapat hasil yang maksimal.

