

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi komponen integral dalam strategi pemasaran di berbagai industri, termasuk industri film. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten visual dan video dengan mudah dan efektif. Film "Jalan Jauh Jangan Lupa Pulang" memanfaatkan Instagram sebagai media utama untuk promosi, dengan tujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun antusiasme sebelum peluncuran.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dapat dimanfaatkan secara efektif untuk promosi film. Menurut data dari Statista (2023), Instagram memiliki lebih dari 1,2 miliar pengguna aktif bulanan, dengan mayoritas pengguna berada pada rentang usia 18-34 tahun, yang merupakan target demografis utama bagi industri film. Selain itu, laporan dari GlobalWebIndex (2023) menunjukkan bahwa 54% pengguna media sosial menggunakan platform ini untuk mencari informasi tentang produk atau layanan, termasuk film.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten yang digunakan dalam akun Instagram resmi film "Jalan Jauh Jangan Lupa Pulang" dan mengukur tingkat keterlibatan audiens melalui indikator seperti jumlah likes, komentar, dan shares. Dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif, penelitian ini akan mengevaluasi elemen-elemen konten yang efektif dalam menarik perhatian dan interaksi audiens.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pemasar film dalam merancang kampanye promosi yang lebih efektif di media sosial. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran yang berpusat pada konsumen dan menggunakan platform digital yang tepat dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini, Instagram berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk membangun narasi dan emosi yang mendukung promosi film.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi praktisi pemasaran film, tetapi juga memberikan kontribusi pada literatur akademis mengenai penggunaan media sosial dalam promosi produk budaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah untuk skripsi berjudul "Analisis Isi Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Film Jalan Jauh Jangan Lupa Pulang" adalah "Bagaimana strategi konten yang digunakan dalam akun Instagram resmi film "Jalan Jauh Jangan Lupa Pulang"?"

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian untuk skripsi berjudul "Analisis Isi Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Film Jalan Jauh Jangan Lupa Pulang" adalah:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi konten yang digunakan dalam akun Instagram resmi film "Jalan Jauh Jangan Lupa Pulang".
2. Untuk memahami elemen-elemen konten yang paling berkontribusi terhadap keberhasilan kampanye promosi di Instagram.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memberikan manfaat penting bagi industri film dan pemasar digital dengan menawarkan wawasan mendalam mengenai strategi konten dalam promosi film melalui Instagram. Dengan menganalisis bagaimana strategi konten yang diterapkan di akun Instagram resmi film "Jalan Jauh Jangan Lupa Pulang" mempengaruhi keterlibatan audiens, penelitian ini dapat mengidentifikasi elemen-elemen konten yang paling menarik dan resonan dengan audiens target. Temuan ini tidak hanya membantu dalam memahami praktik terbaik dalam kampanye pemasaran film di media sosial, tetapi juga menyediakan rekomendasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas dan relevansi promosi film di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi meningkatkan pemahaman tentang dinamika media sosial dan memberikan kontribusi berharga bagi pemasar dan praktisi media sosial dalam merancang kampanye yang lebih berbasis data dan berdampak.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini akan fokus pada peran media sosial dalam mempromosikan film. Penelitian ini tidak akan membahas aspek produksi film, distribusi film, atau aspek hukum terkait dengan penggunaan media sosial dalam promosi film.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Skripsi ini akan terdiri dari lima bab. Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, akan dijelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini, akan dibahas teori-teori yang relevan dan studi sebelumnya yang telah dilakukan mengenai peran media sosial dalam mempromosikan film.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini, akan dijelaskan rancangan penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, akan disajikan hasil analisis data yang telah dikumpulkan dan temuan yang diperoleh dari penelitian ini.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir ini, akan dijelaskan kesimpulan dari penelitian ini dan saran untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik yang sama.

Dengan demikian, bab-bab tersebut akan membantu memahami peran media sosial dalam mempromosikan film secara lebih komprehensif.