

**PENGUNAAN *INSTAGRAM* SEBAGAI
MEDIA KAMPANYE DIGITAL PT FALCON PICTURES
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MEREK FILM *DILAN 1990***

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :
BAYU WASISTIYONO
20140530076

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bayu Wasistiyono

NIM : 20140530076

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul : Penggunaan *Instagram* Sebagai Media Kampanye Digital PT Falcon Pictures dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Film *Dilan 1990*

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan oleh penulis lain telah disebutkan dalam penulisan teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini merupakan hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 20 Mei 2019



Bayu Wasistiyono

20140530076

MOTTO



*“No one can win every battle. But
no man should fall without a
struggle!”*

- Peter Parker

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, saya persembahkan karya tulis skripsi ini kepada:

1. Alm. Bapak Murdiyono dan Ibu Sariyem beserta keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan beserta motivasi yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UMY yang telah memberikan pengesahan secara resmi judul penelitian sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan.
3. Ibu Muria Endah Sokowati, S.IP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan ilmu dan bimbingan yang sangat besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. dan Mbak Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan kritik beserta saran dan masukan atas penulisan skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Kak Achie, Mbak Tina, Mas Dinan beserta seluruh pembimbing magang Telkomsel Yogyakarta yang telah memberikan jalan kepada peneliti sehingga penulis dapat melakukan penelitian di PT Falcon Pictures.
6. Mbak Mala Shinta selaku Manager PT Falcon Pictures yang telah berkenan mengenalkan penulis kepada para narasumber sehingga memudahkan penulis melakukan pengumpulan data.

7. Mbak Frederica selaku Produser PT Falcon Pictures yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian terkait dengan kampanye digital Film *Dilan 1990* sekaligus berkenan menjadi narasumber dalam penelitian ini.
8. Mas Gilang Numerouno selaku Tim Promosi Film *Dilan 1990* yang telah berkenan menjadi narasumber penelitian ini.
9. Para narasumber serta penggemar Film *Dilan 1990* yang telah berkenan menjadi narasumber penelitian ini.
10. Rafik Anggayu Muchti beserta rekan-rekan seperjuangan yang telah bersama-sama mengarungi indahny belajar dan menempa kemampuan di Jurusan Ilmu Komunikasi UMY.
11. Penyemangatku, Adinda Mutiara Putri yang telah banyak memberikan dukungan untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang telah membantu lancarnya penelitian ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

KATA PENGANTAR

Assalamulaikum, Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir atau skripsi dengan judul “Penggunaan *Instagram* Sebagai Media Kampanye Digital PT Falcon Pictures dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Film *Dilan 1990*” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Shalawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Ucapan terima kasih ingin penulis haturkan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Muria Endah Sokowati, S.IP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. dan Mbak Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji Skripsi.
5. Keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan menyertai doanya dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Segenap dosen dan staff Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Pidi Baiq yang sudah menulis dan membuat Film *Dilan 1990* sehingga dapat menjadi bahan penelitian penulis.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan bimbingan, kritik dan saran demi kemajuan bersama. Penulis berharap agar nantinya skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat ke depannya. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 20 Mei 2019

Peneliti

Bayu Wasistiyono

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Abstrak	xiv
Abstract	xv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Teori.....	7
F. Metode Penelitian.....	24

BAB II. JEJARING SOSIAL *INSTAGRAM* DAN PERANNYA DALAM PERKEMBANGAN FILM DI INDONESIA

A. Transformasi Jejaring Sosial <i>Instagram</i> di Indonesia Sebagai Media Promosi	31
B. Perjalanan Falcon Pictures Menuju Tahta ‘Raja <i>Box Office</i> Indonesia’	37
C. Sekilas Mengenai Film <i>Dilan 1990</i>	42

BAB III. KAMPANYE DIGITAL JEJARING SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM MEMBENTUK KESADARAN MEREK FILM *DILAN 1990*

A. <i>Positioning</i> Film <i>Dilan 1990</i> dalam Membentuk Kesadaran Merek	48
--	----

B. Implementasi Kampanye Digital Jejaring Sosial <i>Instagram</i> sebagai Media Promosi Film <i>Dilan 1990</i>	50
C. Evaluasi Pembentukan Kesadaran Merek Film <i>Dilan 1990</i> melalui Kampanye Digital PT Falcon Pictures.....	96
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	101
Daftar Pustaka	103
Lampiran	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Film Indonesia Terlaris Sepanjang Masa	4
Tabel 2.1 Daftar Pemain Film <i>Dilan 1990</i> Beserta Perannya	45
Tabel 3.1 Pengelompokkan Generasi Menurut Ahli	57
Tabel 3.2 Daftar Jumlah Pengikut Pemeran Film <i>Dilan 1990</i> di Instagram	82
Tabel 3.3 Data Capaian Konten Film <i>Dilan 1990</i> di <i>Instagram</i> 10 Juli 2017 – 4 Februari 2018	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Konten <i>Live Count</i> Penonton Film <i>Dilan 1990</i>	3
Gambar 1.2	Model Kampanye Ostergaard.....	15
Gambar 1.3	Tahap-Tahap Proses Perencanaan Kampanye.....	17
Gambar 1.4	Piramida Kesadaran Merek	21
Gambar 2.1	Tampilan Jejaring Sosial <i>Instagram</i> Melalui <i>Web</i>	33
Gambar 2.2	Pengguna <i>Platform</i> Media Sosial Terbanyak di Indonesia	35
Gambar 2.3	Data Pengguna <i>Instagram</i> di Indonesia.....	35
Gambar 2.4	<i>Instagram</i> sebagai Wadah Perkembangan UKM di Indonesia.....	36
Gambar 2.5	<i>Instagram</i> Tempat Membangun Usaha	37
Gambar 2.6	Logo Falcon Pictures	39
Gambar 2.7	Beberapa Film Karya Falcon Pictures.....	41
Gambar 2.8	Cover Film <i>Dilan 1990</i>	43
Gambar 3.1	Film <i>Dear Nathan</i> di Acara <i>Tonight Show</i> NET. TV.....	50
Gambar 3.2	Kategori Target Penonton Menurut PT Falcon Pictures	54
Gambar 3.3	Data Pengguna <i>Instagram</i> di Indonesia Berdasar Usia	56
Gambar 3.4	Data Penggunaan Internet Seluler Per Hari Secara Global	58
Gambar 3.5	Data Penerimaan Teknologi Digital Secara Global.....	59
Gambar 3.6	Momen Foto Bersama Pemeran Film <i>Dilan 1990</i>	65
Gambar 3.7	Kegiatan Praproduksi Film <i>Dilan 1990</i>	66
Gambar 3.8	Kegiatan Gladi Bersih Film <i>Dilan 1990</i>	68
Gambar 3.9	Sela Kegiatan Produksi Film <i>Dilan 1990</i>	70

Gambar 3.10	Pemeran Film <i>Dilan 1990</i> di Acara <i>Rumpi</i> Trans TV	70
Gambar 3.11	Gombalan <i>Dilan</i>	71
Gambar 3.12	Pengenalan Perdana Pemeran Utama Film <i>Dilan 1990</i>	72
Gambar 3.13	Distribusi Konten PT Falcon Pictures	74
Gambar 3.14	<i>Feed Instagram</i> Falcon Pictures.....	75
Gambar 3.15	<i>Instagram Stories</i> Falcon Pictures.....	76
Gambar 3.16	<i>Stories Highlight</i> Falcon Pictures.....	78
Gambar 3.17	Unggahan Iqbaal Ramadhan di Jejaring Sosial <i>Instagram</i>	80
Gambar 3.18	Unggahan Vanesha Prescilla di Jejaring Sosial <i>Instagram</i>	81
Gambar 3.19	Total Penonton Film <i>Dilan 1990</i> Pada Hari ke-10.....	86
Gambar 3.20	Janji Vanesha Kepada Iqbaal.....	87
Gambar 3.21	Komentar Pengguna <i>Instagram</i> mengenai Film <i>Dilan 1990</i>	91
Gambar 3.22	Testimoni Pengalaman Pengguna <i>Instagram</i> mengenai Film <i>Dilan 1990</i>	93
Gambar 3.23	Testimoni Pengguna <i>Instagram</i> mengenai Kedekatan Iqbaal & Vanesha	95
Gambar 3.24	Testimoni Pengguna <i>Instagram</i> mengenai Kedekatan Vanesha & Adipati	96
Gambar 3.25	<i>Review Film Dilan 1990</i> di Kanal <i>Youtube</i> Dunia Manji.....	97