

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era canggih dimana semua kegiatan menggunakan teknologi sehingga semua hal bisa diakses dengan mudah dan cepat. Teknologi yang semakin canggih memudahkan masyarakat memperoleh informasi, dengan begitu pengetahuan bisa didapatkan dengan mudah dan wawasan menjadi lebih luas. Digitalisasi saat ini mempermudah penyebaran informasi terbaru, dimana berbagai media elektronik dipergunakan untuk mengakses informasi tersebut. Dengan produk digital yang mengembangkan konsep pemikiran seseorang, memudahkan terbentuknya suatu produk media massa.

Saat ini, banyak masyarakat yang meminati platform media sosial yang dihubungkan dengan internet sebagai alat komunikasi. Banyak iklan yang ditampilkan melalui media sosial tersebut, seperti youtube, instagram, tiktok, facebook dan sebagainya. Platform tersebut menyajikan iklan dalam bentuk video yang lebih menarik sehingga bisa menampilkan ekspresi diri masing-masing. Minat seseorang pada sebuah platform media sosial bergantung pada penilaian orang tersebut. Sehingga media sosial dalam digitalisasi membawa sebuah perubahan besar pada kehidupan manusia baik itu dari sisi positif maupun negatif.

Media sosial atau sosial media ialah perangkat digital yang menyediakan fasilitas untuk saling berbagi informasi atau berinteraksi, juga untuk membagikan konten tulisan, foto maupun video. Media sosial menjadi sarana bagi masyarakat

untuk bersosialisasi secara *virtual* yang memudahkan individu antar individu dalam berkomunikasi tanpa adanya batasan waktu dan tempat. Dari awal adanya media sosial, hal tersebut menjadi wadah bagi seseorang yang ingin membagikan informasi maupun ide temuan melalui jaringan internet. Hal tersebut mendukung adanya interaksi sosial yang menggunakan teknologi berbasis internet yang menjadikan komunikasi dialog secara lisan.

Media sosial merupakan sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dalam berbagi dan menciptakan sesuatu isi, seperti artikel, blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual lainnya. Media sosial memudahkan masyarakat saling berkomunikasi atau berinteraksi, mempermudah seseorang dalam menunjukkan ekspresi diri dan percepatan dalam penyebaran informasi. Sehingga tujuan utama dari media sosial ialah menjadi media komunikasi (Cahyono, 2016)

Salah satu media komunikasi yang menarik adalah film. Dengan adanya film seseorang bisa mendapatkan sebuah pengalaman baru dan perasaan yang berbeda dari penayangan film yang ditonton. Film menampilkan sebuah cerita yang memiliki sebuah tema (*genre*). Ada sebuah film yang memiliki tema drama, ada juga yang memiliki tema komedi maupun kolosal. Melalui tayangan sebuah film selain menjadikan hiburan, seseorang bisa mendapatkan informasi dan pengetahuan. Sebab film adalah salah satu dari bagian media komunikasi massa. Didukung dengan adanya media sosial, keberadaan film telah berkembang dengan pesat. Film yang baru terbit dengan mudahnya diiklankan melalui media sosial.

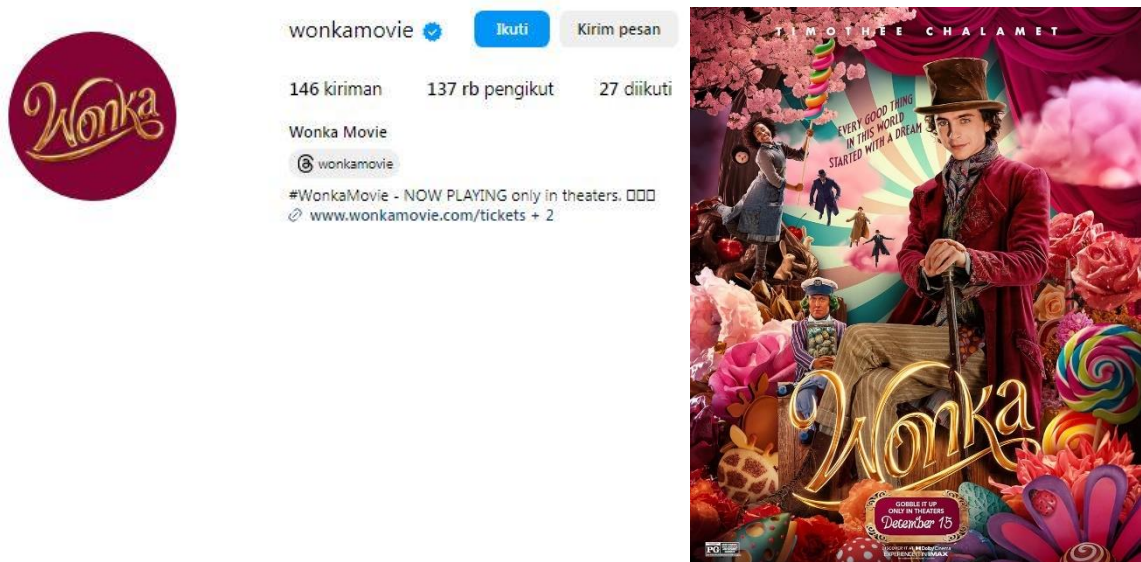
Trailer film merupakan sebuah istilah yang sudah umum di dunia perfilman yang menuju pada upaya promosi sebuah film yang akan segera tayang melalui video. *Trailer* menjadi sebuah bentuk strategi promosi dan membangun kesadaran produser film memproduksi dan menampilkan *trailer* (Widhiatmoko, 2022). *Trailer* film dibuat untuk memberikan gambaran umum terkait film sekaligus menarik minat pada target pasar untuk menonton film tersebut. Cuplikan yang ditampilkan dalam *trailer* film adalah adegan-adegan menarik yang menonjol untuk menarik perhatian calon pembeli dan memberikan gambaran isi film tersebut tanpa memberi banyak informasi sehingga meningkatkan rasa ingin tahu. Sebab itu *trailer* film menjadi salah satu media promosi yang kerap disebarakan untuk menarik minat masyarakat. Dan menjadikan *trailer* film sebagai iklan yang kerap kali terselip diplatform media sosial.

Kebanyakan iklan yang menggunakan media sosial berupa *trailer* film. Hal ini disebabkan oleh daya tarik yang kuat dari *trailer* film tersebut. Dimana *trailer* film menampilkan cuplikan-cuplikan dari adegan film tersebut. Masyarakat juga bisa mengetahui siapa saja pemeran dari film tersebut. Sehingga minat masyarakat meningkat melalui *trailer* film tersebut, juga timbulnya rasa penasaran akan alur ceritanya. *Trailer* film efektif dalam mempengaruhi masyarakat untuk menonton film tersebut. Banyak media sosial yang menampilkan *trailer* film. Terutama banyak milenial yang hampir sepanjang waktu menggunakan media sosial. Terutama instagram yang kini digandrungi oleh kaum milenial. Sosial media tersebut juga mudah mempengaruhi kehidupan milenial masa kini. Mengiklankan *trailer* film melalui media sosial instagram menjadi salah satu cara yang paling

efektif untuk menarik minat menonton film tersebut. Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang memiliki banyak peminatnya. Tidak hanya khalayak umum, namun beberapa artis atau perusahaan memiliki akun resmi di Instagram. Sehingga sangat mudah untuk memasarkan iklan *trailer* film melalui Instagram. Selain perusahaan pencipta film, artis atau beberapa influencer juga turut memasarkan dan memperkenalkan film tersebut ke masyarakat umum. Selain timbulnya rasa keterarikan dari *trailer* film tersebut, adanya perasaan takut atau cemas dari kalangan milenial akibat suatu hal yang baru atau menyenangkan. Sehingga adanya minat menonton dari *trailer* film tersebut selain karena minat menonton, juga karena adanya kecemasan akan hal baru tersebut.

Wonka yaitu sebuah film bertema musikal fantasi asal Amerika pada tahun 2023 yang disutradarai oleh Paul King dan Simon Farnaby yang turut menulis skenarionya. Film Wonka merupakan prekuel atau film lanjutan dari *Willy Wonka & The Chocolate Factory* (1964) ciptaan Roald Dahl. Pemeran utama dari film Wonka adalah Timothee Chalamet sebagai Willy Wonka dan didukung oleh Calah Lane, Keegan-Michael Key, Paterson Joseph, Matt Lucas, Mathew Baynton, Sally Hawkins, Rowan Atkinson, Jim Carter, Tom Davis, Olivia Colman dan Hugh Grant.

Gambar 1.1 Film Wonka



Film Wonka diproduksi oleh Warner Bros. Pictures. Film Wonka dijadwalkan rilis pada tanggal 15 Desember 2023 oleh Warner Bros. Pictures. Pengembangan film ini dimulai ketika Warner Bros, Picture yang telah merilis adaptasi dari novel tahun 1964 pada 2005, mengakuisisi hak atas karakter Wonka pada Oktober 2016. Pada saat itu perusahaan mengumumkan bahwa film ini berfokus pada asul-usul Wonka. Film Wonka pun memiliki akun instagram resmi dengan nama @wonkamovie. Dimana akun tersebut sudah terverifikasi secara resmi oleh pihak Instagram. Dalam akun instagram Wonka juga menampilkan beberapa beberapa *trailer*, cupilkan film maupun foto/poster pendukung film tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis memiliki ketertarikan untuk mengetahui pengaruh *trailer* film Wonka di media sosial instgram terhadap minat menonton di bioskop bagi milenial Surabaya. Peneliti memilih film Wonka untuk diteliti sebab peneliti tertarik dengan film tersebut dan juga film Wonka memiliki banyak peminat atau cukup terkenal dikalangan milenial, sehingga peneliti memutuskan film Wonka untuk dipilih menjadi objek penelitian. Juga peneliti memilih milenial Surabaya sebagai objek dari penelitian sebab mayoritas konsumen film bioskop adalah masyarakat dengan generasi milenial. Generasi milenial juga mudah terpengaruh oleh sesuatu hal yang baru. Ketika ada suatu hal yang baru dan menarik, seperti film baru yang terkesan menarik dan cukup terkenal maka generasi milenial adalah mayoritas yang mengetahui hal tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu berpengaruh atau tidaknya *trailer* film Wonka di media sosial terhadap minat menonton di bioskop bagi milenial Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya *trailer* film Wonka di media sosial terhadap minat menonton di bioskop bagi milenial Surabaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini terdiri dari dua hal, yaitu sebagai berikut :

1. Kegunaan teori

Secara teori, hasil dari penelitian ini bisa memberikan kontribusi pada pengembangan Ilmu Komunikasi, terlebih pada bidang komunikasi pemasaran dan juga bidang perfilman.

2. Kegunaan praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman bagi para pembaca terkait pemasaran *trailer* film melalui media sosial dan mengukur minat menonton. Dan juga harapannya penelitian ini bisa menjadi tolak ukur untuk penelitian selanjutnya.