

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman yang terus meningkat, masyarakat juga terus mengadopsi nilai-nilai seni dan budaya yang dihadirkan pada dunia industri hiburan. Hal ini menyebabkan banyaknya pelaku di dunia industri hiburan terus menghadirkan hal-hal baru sesuai selera masyarakat pada zamannya. Ada begitu banyak industri hiburan yang terus dikonsumsi dan dinikmati oleh masyarakat, namun ada salah satu dari banyaknya industri hiburan yang saat ini terus berkembang termasuk industri film.

Di awal perkembangannya, pemutaran film pertama kali dilakukan di abad ke-20, yang tadinya film masih bisu dan tidak berwarna sehingga berkembang sesuai dengan penglihatan mata manusia yang tentunya didukung dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat dengan menggunakan efek yang bisa membuat film terlihat lebih hidup dan berwarna. Jika dilihat di sisi industri hiburan, film memiliki persaingan yaitu pada televisi. Bagaimana film bisa terlihat lebih eksklusif dibandingkan dengan televisi, akhirnya film ditampilkan pada sebuah layar yang lebih lebar yang tentunya dengan kualitas yang lebih baik pula.

Di Indonesia, film pertama yang merupakan cerita lokal adalah “Loetoeng Kasaroeng” yang diproduksi oleh NV Java Company. Industri film dengan cerita lokal baru bisa membuat film bersuara pada tahun 1931, yaitu film dengan judul “*Atma de Vischer*” yang diproduksi oleh Tans Film Company dan bekerja sama dengan Kruegers film Bedrif di Bandung. Kemudian pada tahun 1955, Djameludin Malik mendorong adanya Festival Film Indonesia (FFI) sebagai bentuk penghargaan untuk karya-karya yang ada di Indonesia. FFI dilakukan pada 30 Maret-5 April 1955, dimana karya milik Umar Ismail dengan judul “Jam Malam” menjadi karya terbaik pada penghargaan tersebut. Di tahun 1980-an, film lokal meningkat pesat, didukung juga kemunculan aktor dan aktris yang semakin meningkat pula. Warkop dan H. Rhoma Irama adalah dua bintang yang paling ditunggu oleh penonton. Film *Lupus* dan *Catatan Si Boy* juga menjadi film yang memiliki banyak penonton (sumber : www.filmpelajar.com/blog/sejarah-perkembangan-film-Indonesia).

Hingga saat ini, Indonesia memiliki film yang kembali bangkit di dunia perfilman bahkan menjadi fenomena yang melibatkan generasi Y. Sebelumnya, peneliti akan menjelaskan sedikit tentang apa yang dimaksud dengan generasi Y. Semenjak munculnya teori generasi atau *Generation Theory*, kita diperkenalkan dengan adanya generasi X, Y dan Z, dimana generasi X merupakan orang-orang yang lahir tahun 1965-1980, generasi Y lahir tahun 1981-1994 dan Generasi Z lahir tahun 1995-2011. Film yang dikatakan fenomena di atas yang melibatkan generasi Y tersebut adalah film *Ada Apa Dengan Cinta 2* (AADC 2) yang tayang pada tahun 2016. Sebelumnya, film AADC 1 ditayangkan tahun 2002 lalu. Film AADC 1 pada saat itu digemari oleh orang-orang yang termasuk generasi Y. Sehingga, pada kemunculan film AADC 2 terjadilah proses komunikasi lintas generasi yang terpaut selama 14 tahun yang terjadi pada generasi Y (sumber : <http://www.solopos.com/2016/04/29/film-baru-aadc2-obati-kerinduan-2-generasi-ini-kesan-penonton-di-solo-715015> di akses pada hari Jumat, 29 April 2016 pukul 14.25 WIB). Film AADC 2 merupakan film bergenre romantis dan drama, lanjutan dari film AADC 1 pada tahun 2002 atau 14 tahun yang lalu, yang merupakan sebuah karya yang di sutradarai oleh Riri Riza, di produseri oleh Mira Lesmana sekaligus penulis skenario, dan di garap oleh rumah produksi *Miles Production*. Film ini diperankan oleh para bintang yang tentunya merupakan bintang yang paling berpengaruh dalam industri perfilman Indonesia, mereka adalah Dian Sastro Wardoyo dan Nicholas Saputra dan masih banyak bintang lainnya yang juga ikut mendukung suksesnya film AADC 2 tersebut. Film ini juga berhasil tayang di tiga negara secara serentak yaitu Indonesia, Malaysia dan Brunei Darussalam pada tanggal 28 April 2016 (sumber : <http://www.bintang.com/celeb/read/2455523/rilis-trailer-aadc-2-siap-tayang-di-3-negara> di akses pada 10 Maret pukul 19.42).

Film AADC 2 berhasil menembus sebanyak lebih dari tiga juta penonton (sumber : <http://www.rappler.com/indonesia/131866-alasan-aadc-2-sukses-1-juta-penonton> di akses pada 14 Mei 2016 pukul 10.14 WIB). Hal tersebut bisa terjadi karena proses pengambilan gambar yang baik dan teknologi yang digunakan semakin canggih sehingga membuat banyak sekali penonton tertarik untuk menonton film tersebut, bahkan ada yang dengan sengaja menonton secara berulang kali. Film yang baik tentunya didukung dengan proses dan usaha yang baik pula, baik dari produser, sutradara, kru, pemain dan

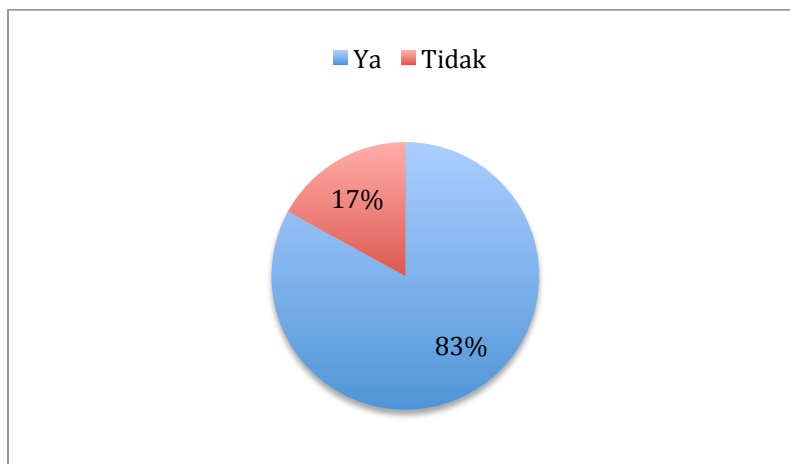
semua pihak yang terlibat dalam pembuatan film hingga akhirnya dapat memberikan suatu karya yang baik yang dapat mewarnai industri perfilman Indonesia yang khususnya dihadirkan untuk masyarakat. Selain itu, hal utama lainnya dalam kesuksesan sebuah film adalah di lihat dari segi promosi yang dilakukan. Salah satunya bisa di lihat dari *word of mouth* (WOM) yang terjadi yang dapat membantu film tersebut di tonton banyak orang. Semakin banyak orang yang senang dan puas terhadap film AADC 2, kemungkinan besar film tidak hanya akan banyak ditonton dan mendapat respon yang baik, tetapi juga keuntungan yang besar.

Jalan cerita yang dihadirkan oleh sang penulis skenario pada film AADC 2 berhasil membuat para remaja di tiga negara terhanyut dalam film tersebut sehingga bisa mencapai penonton sebanyak lebih dari tiga juta penonton (sumber : <http://www.jpnn.com/read/2016/05/22/414609/Keren-Film-AADC-2-Sudah-Tembus-35-Juta-Penonton-> di akses pada hari Minggu, 22 Mei 2016). Bukan hanya jalan ceritanya menarik, pemilihan tempat sebagai lokasi *shooting* juga menjadi favorit penonton. Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu lokasi utama dalam film AADC 2. Bahkan, saat ini tempat-tempat yang sempat dijadikan lokasi *shooting* menjadi tujuan wisata bagi masyarakat. Salah satunya kedai kopi “Sellie Coffee Shop” yang menjadi salah satu tempat yang digunakan dalam pengadeganan film AADC 2 mengalami peningkatan pengunjung dan omzet. Wisnu Birowo, pengelola kedai kopi ini mengatakan omzet yang didapat dalam sehari biasanya rata-rata Rp 300 ribu dan sekarang sekitar Rp 1 juta (sumber : www.mediaindonesia.com/news/read/53063/berkah-di-balik-film/2016-06-26 di akses pada 26 Juni 2016).

Sebelum masuk ke penelitian, dilakukan juga pra-penelitian sebagai data pendukung. Pra-penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner ke 100 responden remaja dengan kisaran usia 17-21 tahun dengan menggunakan aplikasi “*google docs*” pada 15 Juli 2016 yang disebar di grup media sosial “LINE” yang dimiliki oleh peneliti. Tujuan dari pra-penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana ketertarikan dan pengetahuan responden pada film AADC 2. Hasil yang di dapat dari penyebaran kuesioner tersebut adalah sebagai berikut :

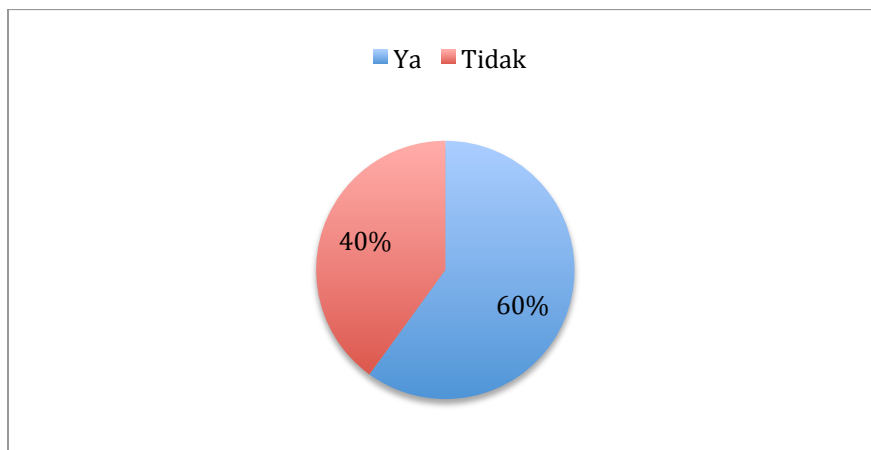
Mengawali pra-penelitian, peneliti bertanya mengenai ketertarikan dengan film AADC 2. Dan peneliti mendapatkan hasil yaitu sebesar 83% responden tertarik dan 17% responden tidak tertarik seperti yang dapat terlihat pada diagram berikut ini:

Diagram 1.1



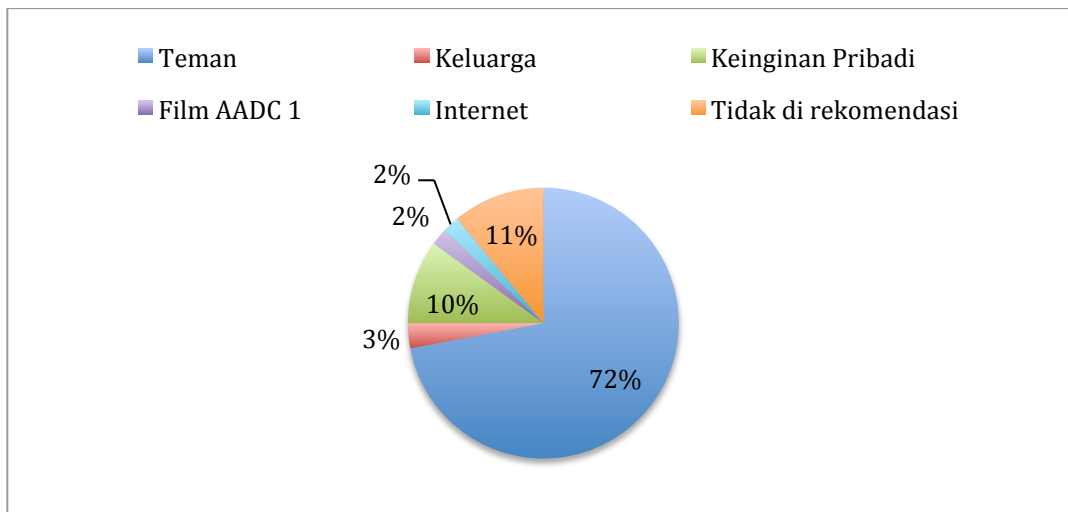
Selanjutnya peneliti bertanya tentang apakah responden direkomendasikan untuk menonton film AADC 2. Peneliti mendapatkan hasil yaitu sebesar 60% responden direkomendasikan dan 40% responden tidak direkomendasikan yang dapat dilihat pada diagram berikut ini:

Diagram 1.2



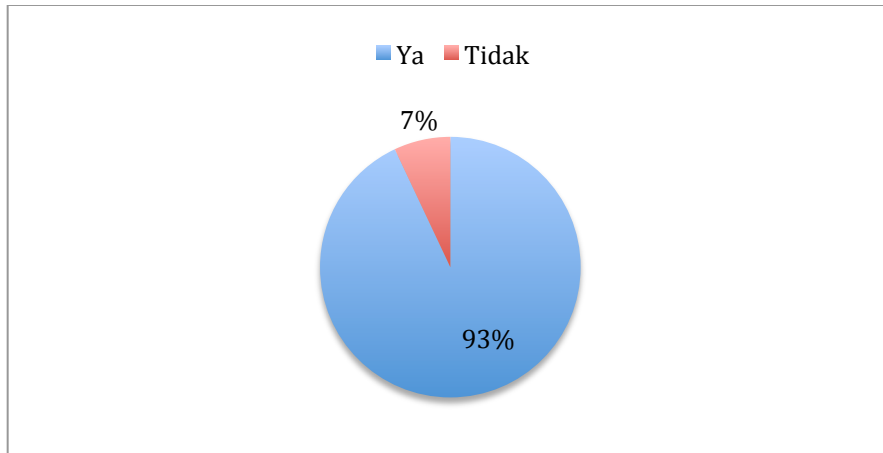
Peneliti bertanya mengenai siapa yang merekomendasikan responden untuk menonton film AADC 2. Peneliti mendapatkan hasil yaitu 72% dari teman, 3% dari keluarga, 10% keinginan pribadi, 2% dari Film AADC 1, 2% dari internet dan 11% tidak direkomendasikan yang dapat dilihat pada diagram berikut ini:

Diagram 1.3



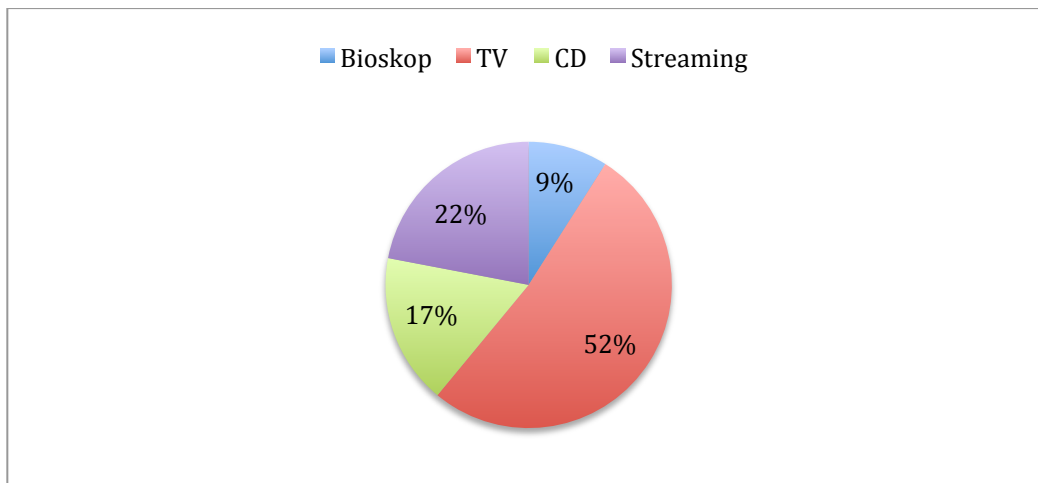
Peneliti bertanya mengenai apakah mereka pernah menonton AADC 1 atau tidak, jawaban yang didapat dari responden sebesar 93% responden pernah menonton film AADC 1 dan 7% responden belum pernah menonton film AADC 1 yang pada waktu itu tayang pada tahun 2004. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

Diagram 1.4



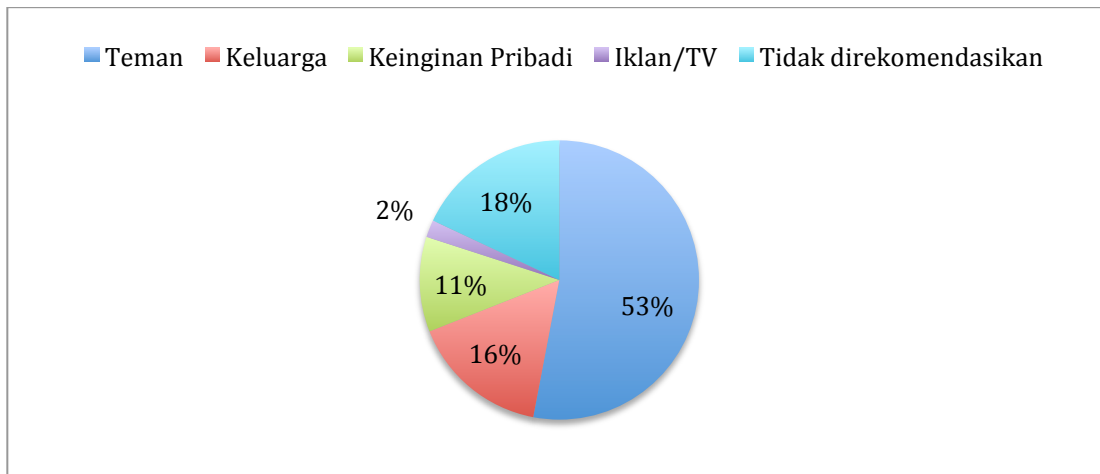
Peneliti bertanya mengenai media apa yang digunakan responden dalam menonton film AADC 1. Di dapati hasil yaitu sebesar 9% responden menonton dari bioskop, 52% responden menonton dari TV, 17% menonton dari CD/DVD dan 22% menonton di *streaming* melalui internet dan hasilnya dapat dilihat pada diagram berikut ini:

Diagram 1.5



Peneliti bertanya mengenai siapa yang merekomendasikan responden untuk menonton film AADC2. Didapati hasil yaitu sebesar 53% di rekomendasikan oleh teman, 16% di rekomendasikan oleh keluarga, 11% dari keinginan pribadi, 2% dari iklan TV dan 18% tidak di rekomendasikan yang dapat dilihat pada diagram berikut ini:

Diagram 1.6



Dari data pra-penelitian di atas, dapat di ambil kesimpulan bahwa sebagian besar responden tertarik dan sudah pernah menonton Film AADC 1 maupun AADC 2 dan mereka mendapatkan pengaruh dari orang-orang di sekitarnya dalam menonton film AADC 2.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti *word of mouth* (WOM) yang dilakukan oleh generasi Y sebagai *talkers* dengan judul penelitian “Generasi Y Sebagai *Talkers* Dalam Menciptakan *Word Of Mouth* (WOM) Film Ada Apa Dengan Cinta 2 (AADC 2)”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Apa yang dilakukan oleh generasi Y sebagai *talkers* dalam menciptakan teknik *word of mouth* (WOM) dalam film AADC 2?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa yang dilakukan oleh Generasi Y sebagai *talkers* dalam menciptakan teknik *word of mouth* (WOM) film AADC 2.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah peneliti berharap agar dapat mengembangkan pengetahuan lebih dalam tentang kajian *Marketing Communication* khususnya WOM di jurusan Ilmu Komunikasi. Selain itu, agar peneliti dapat memahami seberapa pentingnya WOM terhadap mempromosikan sesuatu.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah peneliti dapat mengetahui secara langsung WOM yang terjadi antara generasi Y tentang film AADC 2. Bagaimana peran generasi Y dalam menciptakan WOM film AADC 2 yang dimana film AADC memiliki unsur lintas generasi yang terjadi selama 14 tahun dari film AADC 1 ke AADC 2.

1.5 Tahapan dan Waktu Penelitian

Tabel 1.5.1 Tahapan dan Waktu Penelitian

No.	Tahapan Kegiatan	Tahun 2016					
		Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1.	Mencari topik penelitian terhadap objek penelitian yang akan diambil, mencari referensi dan menemukan						

	kasus penelitian serta penyebaran kuesioner sebagai pra-penelitian						
2.	Pencarian data awal penelitian, observasi awal dan penyusunan tinjauan pustaka						
3.	Penyusunan proposal skripsi						
4.	Pengumpulan data melalui wawancara dengan informan dan responden						
5.	Proses analisis dan pengumpulan data						
6.	Penyusunan hasil penelitian						

	berupa kesimpulan dan saran						
--	-----------------------------------	--	--	--	--	--	--

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang dilakukan, yaitu sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang, rumusan dan pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tahapan dan waktu penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisikan tentang tinjauan penelitian terdahulu, teori-teori yang menjadi landasan pokok permasalahan pada penyusunan skripsi dan kerangka pemikiran.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini berisikan mengenai paradigam penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, obyek penelitian, sampel, teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data dan uji kredibilitas data.

Bab IV Hasil Penelitian

Pada bab ini berisikan mengenai hasil penelitian dan pembahasan tentang penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan mengenai simpulan dan saran hasil penelitian

Daftar Pustaka

Lampiran