

**STRATEGI PROMOSI PT. SINEMART INDONESIA DALAM  
FILM KETIKA CINTA BERTASBIH 2 UNTUK MENARIK  
MINAT PENONTON**

**(PROMOTION STRATEGY of PT. SINEMART INDONESIA  
IN THE MOVIE KETIKA CINTA BERTASBIH 2  
TO ATTRACT AUDIENCES)**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh :  
MUDA BUDIMAN  
20050530046**

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

**2010**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 22 Desember 2010  
Tempat : Lab. Editing IK  
Nilai :



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal : 22 Desember 2010

(Suciati, S.Sos, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/ menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.



  
(Muda Budiman)

**HALAMAN MOTTO**

*“Aku adalah Aku, Orang lain adalah Orang Lain”*

*“Berusaha, Berusaha dan Berusaha”*

*“Hanya karena Allah SWT, Orang Tuaku, Keluargaku dan Orang-orang  
Terdekatku Aku Berdikari”*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini kupersembahkan kepada :

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayahnya kepadaku.
2. Ayahku Murtadhom Muhadhi dan Ibuku Sri Wahyuni, yang telah memberikan segalanya dengan tulus dan ikhlas sejak aku lahir hingga sekarang.
3. Kakaku Ipung P.A dan Ranti K, yang selalu memberiku support.
4. Adikku Prima K dan R. Taufik H, yang selalu menghiburku.
5. Kekasihku Christa, yang melengkapi hidupku.
6. Teman-temanku di Traffic Light Production, kalian awal dari mimpi yang indah.
7. Orang-orang terdekatku, yang banyak memberikan segalanya sehingga aku tetap menjadi diriku sendiri.

## KATA PENGANTAR

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan bimbingan, rahmat dan hidayah-Nya hingga terselesainya karya tulis ini dengan lancar. Dalam karya tulis ini penulis mengungkapkan tentang Strategi Promosi PT. Sinemart Indonesia Dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 2 Untuk Menarik Minat Penonton. Film ini merupakan film cinta berbalut pesan-pesan religius yang telah memberi khazanah tentang cara menikmati sebuah kesenangan bertemakan cinta. Cinta tidak sebatas manusia, tetapi lebih dari itu. Selalu ada yang tercinta dari yang dicintai oleh manusia. Siapa lagi kalau bukan sang Khalik. Film Ketika Cinta Bertasbih 2 ini bisa menarik perhatian penonton yang banyak karena mempunyai program-program yang handal untuk menjalankan strategi promosinya.

Dalam tulisan ini penulis mengakui banyak kekurangan yang dirasakan, dikarenakan keterbatasan informasi yang didapatkan dalam penelitian ini dan agar dapat dijadikan acuan serta perbaikan dimasa yang akan datang. Serta tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang membantu hingga terselesaikan tulisan ini. Terima kasih penulis haturkan kepada:

1. Ibu Suciati, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing I.
3. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos, M.Sn, selaku Dosen Pembimbing II.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si, selaku Dosen Penguji.
5. Staf ruang dosen dan TU Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. PT. Sinemart Indonesia.
7. R. A. Ambar Koesoemo Astari dan *Promotion Team* Ketika Cinta Bertasbih 2.
8. Staf *Casting Department* PT.Sinemart Indonesia.

Yogyakarta, 29 Desember 2010

Penulis

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Muda Budiman**

**Strategi Promosi PT. Sinemart Indonesia Dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 2 Untuk Menarik Minat Penonton**

**Tahun Skripsi: 2010 xvi + 102 Halaman**

**Daftar Pustaka: 19 Buku + 7 Sumber Internet + 7 Sumber Lain**

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi promosi PT. Sinemart Indonesia dalam film Ketika Cinta Bertasbih 2 untuk menarik minat penonton. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Sinemart Indonesia dalam film Ketika Cinta Bertasbih 2 untuk menarik minat penonton. Sedangkan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi promosi dan bauran promosi.

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus deskriptif kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah analisis data sebagai berikut: (1) Pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara dengan *team leader* Promotion & PR Team Ketika Cinta Bertasbih 2, Observasi di PT. Sinemart Indonesia serta dokumentasi dengan pengambilan potongan gambar dan foto-foto film Ketika Cinta Bertasbih 2. (2) Reduksi data dengan meringkas secara sistematis hasil wawancara dan observasi yang telah digunakan. (3) Penyajian data dari hasil penelitian. (4) Kesimpulan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi PT. Sinemart Indonesia dalam film Ketika Cinta Bertasbih 2 untuk menarik minat penonton adalah: (1) Meningkatkan jumlah penonton film Ketika Cinta Bertasbih 2 dari jumlah penonton yang diperoleh dari film Ketika Cinta Bertasbih. (2) Menambah media promosi. Peneliti menyimpulkan tentang seluruh hasil penelitian dari proses awal hingga akhir, bahwa strategi promosi yang digunakan dalam film Ketika Cinta Bertasbih 2 tidak berhasil menarik minat penonton sesuai dengan target yang diinginkan yaitu melebihi jumlah penonton dari film Ketika Cinta Bertasbih.



## ABSTRACT

**University of Muhammadiyah Yogyakarta**

**Social and Political Faculty Science**

**Communication Department**

**Advertising Concentration**

**Muda Budiman**

**Promotion Strategy of PT. Sinemart Indonesia In The Movie Ketika Cinta Bertasbih 2 to Attract Audiences**

**Research Paper Year: 2010 xvi + 102 Pages**

**Literature: 19 Books + 7 Online Media + 7 Ext. Media**

This study discusses how the promotion strategy of PT. Sinemart Indonesia in the movie Ketika Cinta Bertasbih 2 to attract audiences. The purpose of this study is to describe the promotional strategies undertaken by PT. Sinemart Indonesia in the movie Ketika Cinta Bertasbih 2 in order to attract the audiences. While the theoretical framework used in this study are promotional strategies and promotion mix.

The research method used in this research is a qualitative descriptive case study using data analysis steps as follows: (1) collecting data by interviewing the team leader Promotion & PR team of Ketika Cinta Bertasbih 2, the observation at PT. Sinemart Indonesia as well as documentation by taking pieces of drawings and photographs of Ketika Cinta Bertasbih 2. (2) Reduction of data to systematically summarize the result of interviews and observations that have been used. (3) Presentation of data from research results. (4) Conclusion.

This study shows that the promotional strategy used in the movie Ketika Cinta Bertasbih 2 are: (1) Increase the number of moviegoers Ketika Cinta Bertasbih 2 of the number of viewers of the movie obtained by Ketika Cinta Bertasbih. (2) Adding a media campaign. The researcher concludes about the overall result of research from the beginning to the end, that the promotional strategies used in the movie Ketika Cinta Bertasbih 2 did not work to attract viewers in accordance with the desired target audience that is exceeding the number of first Ketika Cinta Bertasbih movie.

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL .....  | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....  | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....   | iii  |
| HALAMAN MOTTO.....   | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....  | v    |
| KATA PENGANTAR .....   | vi   |
| ABSTRAK.....   | viii |
| ABSTRACT.....  | ix   |
| DAFTAR ISI .....   | x    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>   |      |
| A. Latar Belakang.....   | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....  | 7    |
| C. Tujuan Penelitian.....  | 7    |
| D. Manfaat Penelitian.....   | 7    |
| E. Kerangka Teori.....   | 8    |
| 1. Strategi Promosi.....   | 9    |
| 2. Bauran Promosi.....   | 14   |
| F. Metode Penelitian.....  | 34   |
| 1. Metode Penelitian.....  | 34   |
| 2. Jenis Penelitian.....   | 35   |
| 3. Lokasi Penelitian.....  | 35   |
| 4. Obyek Penelitian.....   | 36   |
| 5. Teknik Pengumpulan Data.....  | 36   |
| 6. Teknik Analisis Data.....   | 37   |
| 7. Uji Keabsahan Data .....  | 39   |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM PT. SINEMART INDONESIA DALAM<br/>FILM KETIKA CINTA BERTASBIH 2</b> |      |
| A. Sejarah PT. Sinemart Indonesia .....  | 41   |
| B. Lokasi PT. Sinemart Indonesia.....  | 43   |

|  |             |
|--|-------------|
| C. Visi dan Misi PT. Sinemart Indonesia .....              | 43          |
| D. Tujuan PT. Sinemart Indonesia .....                     | 44          |
| E. Prinsip-prinsip Dasar PT. Sinemart Indonesia .....      | 44          |
| F. Komposisi Program Produksi PT. Sinemart Indonesia ..... | 47          |
| G. Target Audience PT. Sinemart Indonesia .....            | 50          |
| H. Logo PT. Sinemart Indonesia .....                       | 50          |
| I. Sumber Daya Manusia PT. Sinemart Indonesia .....        | 50          |
| J. Synopsis Film Ketika Cinta Bertasbih 2 .....            | 51          |
| K. Visi Dan Misi Film Ketika Cinta Bertasbih 2.....        | 52          |
| L. Tim Produksi Film Ketika Cinta Bertasbih 2 .....        | 52          |
| <b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN</b>                  |             |
| A. Data Hasil Penelitian .....                             | 58          |
| B. Pembahasan .....  | 80          |
| <b>BAB IV PENUTUP</b>                                      |             |
| A. Kesimpulan .....  | 101         |
| B. Saran .....   | 102         |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                 | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                | <b>xiv</b>  |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                      | <b>xvi</b>  |