BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan pasar yang besar untuk industri film. Baik dari jumlah penonton, layar lebar, maupun film yang ditonton ribuan penonton Indonesia, hal ini sejalan dengan pertumbuhannya yang luar biasa. Ricky Pesik, Wakil Presiden Bekraf, mengatakan jumlah penonton bioskop di Indonesia sangat cepat. Ricky mengatakan dalam diskusi industri kreatif Indonesia di London Book Fair 2019 yang digelar 12-14 Maret 2019. Angka ini sudah mencapai 230% dalam lima tahun terakhir. Selain itu, menurut data yang di ambil dari (*Statistics, BPS, Worldometers, cnbcindonesia.com)* jumlah penonton di indonesia terus meningkat dalam 5 tahun terakhir, jumlah penonton diperkirakan 58 juta hingga akhir 2019 naik 262% dari tahun 2015. Pada tahun 2015 penonton film di indonesia berjumlah 16.260.972 dan terus naik hingga 45.318.972 pada tahun 2019. Layar di studio juga tumbuh cepat dari 1125 layar lebar (screen) pada tahun 2015 menjadi 2400 layar dalam tempo lima tahun terakhir. Bahkan, Indonesia dikenal sebagai pasar untuk film-film box office terbesar ke-16 di dunia dengan nilai pasar US$ 345 juta atau sekitar Rp 4,8 triliun.

Film menjadi salah satu bentuk hiburan yang pada saat ini banyak diminati sejumlah *audience* dengan disajikan melalui berbagai macam adaptasi mulai dari novel, komik, serial televisi, cerita pendek, dan berbagai macam media lainnya.

Film memiliki banyak peminat dari berbagai kalangan mulai dari orang dewasa hingga anak-anak. Film kartun animasi pada bioskop sangat menarik

perhatian anak-anak untuk menonton, salah satunya film animasi anak dari Disney. Disney selalu berhasil membawa para penontonnya untuk berimajinasi dan berfantasi melalui film-film fiksinya. Dunia dan karakter yang unik serta film yang ringan dan mudah di mengerti anak-anak yang mereka ciptakan dengan mudahnya melekat di hati. Sebagai salah satu penghasil film animasi terbesar, Disney terus mengeluarkan film-film animasi anak yang baru untuk kembali menghibur kita para penontonnya.

Jenis-jenis film tersebut adalah sebagai berikut:

- *Stories Films* (film cerita) merupakan jenis film yang memuat cerita-cerita yang biasa ditayangkan di bioskop oleh aktor atau aktris terkenal dan didistribusikan sebagai merchandise. Cerita yang diangkat sebagai topik film dapat berupa cerita fiksi atau berdasarkan cerita nyata yang dimodifikasi sehingga memiliki unsur menarik, alur cerita maupun sisi artistik.
- *Film News* (film berita) adalah salah satu jenis film tentang suatu fakta atau peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifat beritanya, film yang akan ditayangkan untuk umum ini harus mengandung nilai beritanya. Kriteria berita itu penting dan menarik.
- Film Dokumenter, menurut Robert Flaherty Film dokumenter yang merupakan ciptaan realitas (asuhan kreativitas aktual) tidak sama dengan film berita yang merupakan rekaman realitas, sehingga film dokumenter merupakan hasil interpretasi personal (yang menciptakan realitas tersebut).

- *Cartoon film* (kartun) diproduksi untuk anak-anak. Karakter kartun paling terkenal adalah donald duck (Snow White), Snow White, Mickey Mouse, yang dibuat oleh seniman Amerika Walt Disney.

Sekuel adalah sebuah karya dalam sastra, film, atau media lainnya yang menggambarkan kronologis kejadian orang-orang berikut yang kerja sebelumnya. Dalam banyak kasus, sekuel meneruskan unsur-unsur cerita asli, seringnya dengan karakter dan pengaturan yang sama. Disney mempunyai beberapa film kartun bersekuel dan salah satunya adalah film Frozen.

Tabel 1.1 Contoh Sekuel Film Disney

JUDUL FILM	JUMLAH PENONTON
The incredibles (2004) – The incredibles 2 (2018)	633 *million* – 1.243 *million*
Toy Story 3 (2010) – Toy Story 4 (2019)	1.067 *billion* – 1.073 *billion*
Finding nemo (2003) – Finding dory (2016)	940.3 *million* - 1.029 *billion*

Sumber: Wikipedia

Sejak awal abad ke-20 Film dianggap sukses di box office jika pendapatan selama seminggu lebih tinggi dari film-film yang diputar di bioskop saat itu. Rata-rata pembuat film dan distributor menghasilkan lebih dari setengah penjualan tiket bioskop mereka. Penggunaannya bervariasi berdasarkan waktu pembukaan film - persentase terbesar di minggu pertama penayangan. Salah satu contoh keberhasilan dari film sekuel dari Disney ialah film *Frozen* Penayangan perdana *Frozen* tersebut dirilis pada tahun 2013 dan langsung menarik perhatian banyak penggemar Ammasi. Bahkan, film tersebut memenangkan dua nominasi dua Academy Award pada tahun 2013. Menyusul kesuksesan film pertama dan film kedua *Frozen 2,*

dirilis pada 22 November 2019, dengan pendapatan *Frozen* $1.280 Miliar dan *Frozen 2* $1.450 Miliar.

Gambar 1.1 cover film Frozen

Sumber: *Google* (diaskes 11 juli 2021)

Frozen adalah film fantasi musikal animasi komputer 3D Amerika 2013 yang diproduksi oleh Walt Disney Animation Studios dan dirilis oleh Walt Disney Pictures. Film fitur animasi Disney ke-53, terinspirasi oleh dongeng Hans Christian Andersen "The Snow Queen". Ini bercerita tentang seorang putri yang tak kenal takut yang melakukan perjalanan bersama tukang es yang kasar, rusa yang setia, dan manusia salju yang naif untuk menemukan saudara perempuannya yang terasing, yang kekuatan esnya secara tidak sengaja telah menjebak kerajaan mereka di musim dingin yang abadi. Film Frozen dirilis pada tahun 2013 diikuti oleh Frozen 2 yang dirilis pada tahun 2019.

Tak hanya sukses di film, kartun Disney juga berhasil memproduksi Merchandise pada karakter Frozen. Menurut WIPO, karakter merchandising adalah adaptasi atau eksploitasi sekunder dari karakter fiksi atau kehidupan nyata baik oleh pencipta atau oleh pihak yang berwenang. Eksploitasi ini menyangkut fitur kepribadian penting dari karakter, seperti nama, gambar, atau penampilan, yang digunakan dalam produk / layanan tertentu. Tujuannya adalah untuk menciptakan hubungan antara produk dan fitur kepribadian sehingga produk / layanan menjadi menarik bagi pelanggan karena keterikatan mereka pada karakter. Merchandising karakter telah menjadi strategi pemasaran yang efektif bagi banyak perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Barang dagangan seperti kemeja, tas, mainan, dll. Menampilkan ciri-ciri kepribadian penting seperti nama, fitur fisik, atau tagline karakter yang diproduksi dan dijual.

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh sekuel tersebut terhadap minat nonton dan minat beli marchandise film Frozen dalam bentuk skripsi yang berjudul "Pengaruh Sekuel Film Terhadap Keputusan *Audience* untuk Menonton dan Membeli *Merchandise* Pada Konsumen Anak-Anak (Studi kasus pada film *Disney Frozen*)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh sekuel film terhadap minat nonton Film Frozen 2?
2. Bagaiaman pengaruh sekuel film terhadap minat beli produk marchandise Film Frozen 2?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh sekuel film terhadap minat nonton FilmFrozen.
2. Untuk menganalisis pengaruh sekuel film terhadap minat beli produk marchandise Film Frozen.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari uraian tersebut dari tujuan penelitian diatas manfaat yangdiharapkan oleh penulis terkait dengan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan informasi dan referensi dalam Industri Film untuk mengetahui minat menonton sekuel film dan minat beli product Marchendise yang di produksi oleh Disney.

2. Bagi akademis,

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan informasi dan referensi dalam penelitian yang berhubungan dengan manajemen pemasaran,khususnya penelitian sejenis di masa yang akan datang.