

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan film di Indonesia bisa dikatakan cukup signifikan. Terlihat dari banyaknya judul film yang muncul di bioskop – bioskop di Indonesia saat ini. Tidak hanya di bioskop yang menghadirkan berbagai film dengan genre yang berbeda – beda, film juga hadir di layar kaca televisi yang menghadirkan cerita – cerita yang berbeda dan membuat dunia perfilman Indonesia semakin berwarna, tidak hanya film Hollywood tapi juga film – film karya anak bangsa. Semakin banyak film yang di produksi, semakin banyak genre dan juga tema film yang ditawarkan seperti horor, komedi, drama romantis, drama keluarga yang bertema edukasi dan lain sebagainya.

Ekonom dan para pemasar mengakui bahwa atribut produk sangat penting sebagai penentu terhadap pilihan konsumen (Rosen, 1974). Selain variabel yang dikenal seperti variabel harga, iklan, promosi, pilihan konsumen juga dalam hal ini atribut film yang pada umumnya diketahui oleh para penonton seperti genre, *symbolism*, *country of origin*, pemain, sutradara, sekuel dan rumah produksi juga mempengaruhi minat konsumen dalam menonton sebuah film.

Film bukan hanya sebagai sebuah karya seni tetapi juga sebagai salah satu produk yang berpotensi mendatangkan keuntungan ekonomi. Produksi dan distribusi film di Indonesia menyumbang sebesar Rp. 1,9 triliun dari total PDB ekonomi kreatif

Indonesia (Oxford *Economics*, 2011), hal ini dapat dilihat dari meningkatnya penonton film nasional dari tahun ke tahun.

Film merupakan salah satu sarana hiburan yang memiliki daya tarik yang cukup tinggi dalam berbagai macam genre yang dihasilkan saat ini. Film juga memiliki klasifikasi tersendiri dalam masyarakat, dimana mulai dari kalangan dewasa hingga anak-anak. Sampai saat ini film masih menjadi sesuatu yang sangat diminati, dapat dilihat dari masih banyaknya keinginan menonton film-film yang tengah muncul di bioskop maupun televisi. Selain itu beberapa genre film juga dapat dijadikan sebagai sebuah sarana yang memberikan pesan moral yang terkandung pada inti film kepada para penontonnya disamping sebagai sarana hiburan semata.

Bioskop adalah salah satu tempat dimana film didistribusikan yang mana menghasilkan pendapatan dalam per satuan waktu dan sumber pendapatan film dalam jangka pendek (Eliashberg *et al.*, 2006). Kesuksesan pemutaran film di bioskop merupakan syarat utama untuk mencapai kesuksesan di semua saluran distribusi (Eliashberg *et al.*, 2006). Namun, *product life cycle* film di bioskop relatif pendek tidak mudah bagi sebuah film untuk bersaing dengan film-film lainnya yang diputar secara bersamaan di bioskop (Hennig-Thurau *et al.*, 2001).

Dunia perfilman secara global telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini dapat dilihat dari perkembangan teknologi. Nilai daya tarik dari sebuah film tidak hanya dihasilkan dari kemampuan teknis pengambilan gambar, teknik pencahayaan, tempat atau tema, maupun ide cerita, akan tetapi juga dihasilkan dari kemampuan penggabungan unsure komputer grafis yang di masukkan kedalam film.

Selain teknologi, kemajuan dari film global didukung oleh ide – ide kreatif yang juga semakin menambah daya tarik dari sebuah film. Dengan adanya hal tersebut, perfilman Indonesia juga dituntut untuk memproduksi tayangan yang berkualitas agar dapat bersaing dalam dunia perfilman global.

Seiring dengan perkembangan teknologi, masyarakat mempunyai banyak alternatif sebagai pilihan untuk mencari hiburan terutama film. Tidak dapat dipungkiri bahwa bioskop mulai ramai dikunjungi karena adanya film-film baru yang sangat berpotensi untuk menarik para pecinta film, yang juga merupakan salah satu alternatif yang dapat dipilih dari berbagai macam jenis hiburan yang ditawarkan.

Keberadaan dari bioskop saat ini juga tidak sepenuhnya tergeser dengan adanya keberadaan televisi, Video Compact Disk (VCD) atau DVD yang dapat dinikmati kapan saja tanpa harus pergi ke bioskop, karena ada hal yang tidak diperoleh dari menonton film di rumah. Tidak hanya itu saja, dengan adanya warung internet yang juga menyediakan berbagai macam film yang dapat disalin oleh pengunjung warung internet, ini juga menjadi salah satu opsi dari masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dalam menonton film.

Perkembangan yang sangat pesat di dunia teknologi dewasa ini, diwarnai dengan berbagai macam persaingan bisnis yang semakin ketat, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan pada perubahan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Dengan adanya kondisi yang seperti ini maka para pebisnis dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi permintaan penjualan.

Film merupakan produk karya seni dan budaya yang memiliki nilai guna karena bertujuan memberikan hiburan dan kepuasan batin bagi penonton. Melalui sarana cerita itu, penonton secara tidak langsung dapat belajar merasakan dan menghayati berbagai permasalahan kehidupan yang sengaja ditawarkan pengarang sehingga produk karya seni dan budaya dapat membuat penonton menjadi manusia yang lebih arif dan dapat memanusiakan manusia (Nurgiyantoro, 2007:40).

Media komunikasi baik media cetak, media elektronik, ataupun media internet juga sering menyajikan hasil *review* dari sebuah film. Konsumen bisa mendapatkan informasi mengenai sebuah film, mulai dari synopsis cerita, sutradara dan juga info tentang artis-artis yang terlibat dalam proses pembuatan film. Selain itu, konsumen juga diberikan sebuah klasifikasi mengenai jenis dari sebuah film atau yang lebih kenal dengan istilah genre.

Konsumen akan cenderung menggunakan *criteria evaluative* yang sama dalam mengevaluasi alternative produk, namun tidak akan membeli produk yang sama jika tingkat kepentingan dari setiap atribut yang diberikan oleh konsumen itu berbeda (Hawkins *et al.*, 2004). Dari ulasan diatas, maka penelitian ini akan membahas tentang perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut film.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Apakah ada perbedaan preferensi konsumen berdasarkan gender, usia dan pekerjaan terhadap atribut genre, *symbolism*, *country of origin*, pemain, sutradara, sekuel, dan rumah produksi dalam menonton film?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengidentifikasi adanya perbedaan preferensi konsumen berdasarkan gender, usia, dan pekerjaan terhadap atribut genre, *symbolism*, *country of origin*, pemain, sutradara, sekuel, dan rumah produksi dalam menonton film.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara praktis: mampu memberikan implikasi bagi para pembuat film sebagai bahan pertimbangan untuk membuat film yang lebih menarik.
2. Manfaat teoritis: Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman secara rinci atribut apa saja yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam menonton film.

1.5 Sistematika Penelitian

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori yang mendukung penelitian yang dilakukan, yaitu teori mengenai film, preferensi konsumen, penelitian terdahulu, serta pengembangan hipotesis.

Bab III : Metoda Penelitian

Bab ini berisi tentang metoda yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari lingkup penelitian, metoda sampling dan teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, pengujian instrument penelitian, serta metoda analisis data yang digunakan.

Bab IV : Analisis Data

Bab ini membahas mengenai analisis data berdasarkan data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner.

Bab V : Penutup

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari seluruh pembahasan dan disertai dengan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi produsen film.

