

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan objek penelitian yakni media sosial Instagram serta konten-konten yang terdapat pada Instagram @pilem.agak.laen. Data yang tertera dalam deskripsi objek penelitian ini dikumpulkan melalui *desk study* dengan sumber berbagai portal berita yang memuat artikel, dan media sosial Instagram dan YouTube dari objek penelitian.

#### **A. Film *Agak Laen* (2024)**

Film *Agak Laen* (2024) merupakan film komedi-horor Indonesia yang diciptakan di bawah rumah produksi Imajinari. *Agak Laen* (2024) adalah film yang dibintangi oleh kuartet Indra Jegel, Oki Rengga, Boris Bokir, dan Bene Dion. Kuartet ini awalnya dikenal melalui *podcast*/siniar dengan basis penggemar bernama “Pasukan Bermarga”. Dari *podcast* tersebut, mereka mengajukan sebuah premis untuk dijadikan film, dan meminta Ernest Prakasa sebagai pendiri Imajinari dan juga produser untuk memproduksi ide tersebut menjadi sebuah film layar lebar.

**Gambar 9: Official Poster Film Agak Laen**



Sumber: Akun Instagram @pilem.agak.laen

Sumber: Instagram @pilem.agak.laen, diakses pada 2 September 2024

Film ini menceritakan Jegel, Boris, Oki, dan Bene yang berprofesi sebagai pengelola rumah hantu yang ada di sebuah pasar malam seperti tergambar pada *official* poster pada gambar 9. Mereka bertugas sebagai hantu yang harus menakut-nakuti pengunjung pada rumah hantu tersebut. Alih-alih menjeramkan, pengunjung justru tidak menunjukkan kesan seram maupun merasa ketakutan. Rumah hantu tersebut kian sepi pengunjung, hingga kematian seorang politisi yang sedang ada di dalam rumah hantu tersebut. Rumah hantu berubah menjadi seram dan ramai, namun masalah muncul ketika aparat mulai menyelidiki kematian sang politisi dalam rumah hantu itu.

Pada awalnya *Agak Laen* (2024) bukanlah film yang mendapatkan kepercayaan besar untuk memperoleh jumlah penonton yang fantastis. Bahkan Ernest Prakasa dalam Kompas (2024) mengatakan “*Siapa sih yang expect penontonnya sebanyak ini. Gue pikir 1-2 jutalah karena kita sudah nonton dan filmnya lucu banget*” dan ternyata jumlah akhir penonton film ini jauh melebihi

ekspektasi. Pada *podcast* Kemal Palevi dan Ernest Prakasa (2024) selaku produser dari film *Agak Laen* (2024) pun menyebut para investor dari film ini pun awalnya merasa ragu terkait empat karakter utama yang kurang familiar dan bukan aktor papan atas perfilman Indonesia. Keraguan lain juga datang dari genre komedi horor yang diangkat untuk film ini. Berdasarkan data yang didapatkan oleh Muhadkly Acho yang disampaikan melalui *podcast* Abdel (2024), penonton film Indonesia sedang tidak berminat pada genre film komedi. Film komedi yang terakhir yang laku di pasaran adalah Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 2 (2017) dengan 4 juta penonton. Setelah beberapa tahun berlalu tidak ada lagi film komedi yang laku. Maka dari itu keberhasilan *Agak Laen* (2024) dengan genre komedi horor cukup mengejutkan dan seperti membawa angin segar untuk keragaman genre film dan bangkitnya film komedi Indonesia.

Film yang tayang perdana pada tanggal 1 Februari 2024 tersebut berhasil mengumpulkan sebanyak 1.000.000 penonton dalam empat hari penayangan, 2.000.000 penonton dalam *opening weekend*, dan hingga hari terakhir penayangan berhasil mencapai 9.125.188 penonton. Dengan angka penonton yang fantastis, *Agak Laen* (2024) berhasil menduduki peringkat kedua film Indonesia terlaris setelah *KKN di Desa Penari* (2022) dengan 10.061.033 penonton. Tak hanya mendapatkan antusias baik oleh penonton bioskop, film ini juga disambut hangat oleh penonton layanan *streaming* Netflix, terpantau dari 31 Mei hingga 10 Agustus 2024 konsisten masuk dalam 10 peringkat teratas Netflix Indonesia.

Kesuksesan *Agak Laen (2024)* tak hanya dilihat dari jumlah penonton, film ini juga berhasil tayang secara Internasional di beberapa negara seperti Malaysia, Brunei Darussalam, Singapura, dan Amerika, sekaligus menjadi film pertama di tahun 2024 yang tayang di Amerika. Melihat antusiasme masyarakat atas film ini, membuat Ernest Prakasa selaku produser menyatakan resmi hendak membuat sekuel kedua untuk film *Agak Laen (2024)*.

#### **B. Akun Instagram @pilem.agak.laen**

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, film *Agak Laen (2024)* memiliki dan mengoperasikan beberapa media sosial untuk menjalankan promosinya. Media sosial tersebut diantaranya adalah Instagram, TikTok, YouTube, dan Spotify. Konten pada masing-masing *platform* tersebut dibuat sesuai tujuan dan karakteristik pada masing-masing *platform*. Pada TikTok, sejauh observasi yang telah dilakukan, dominasi kontennya adalah potongan-potongan film yang selalu mengandung unsur komedi yang mana tujuan utamanya adalah untuk *entertaining*. Sedangkan pada YouTube, konten didominasi wawancara pelakon-pelakon yang ada dibalik terciptanya film *Agak Laen (2024)*, durasinya pun paling panjang diantara *platform* lain. Begitu pula dengan Spotify, dengan karakteristiknya audio, fokusnya adalah konten audio mengenai proses dan hal-hal di balik film *Agak Laen (2024)*.

Instagram @pilem.agak.laen menjadi *central* dari semua media sosial yang dioperasikan untuk film *Agak Laen (2024)*. Dikatakan *central* karena segala promosi yang dilakukan, akhirnya akan diampifikasi ke Instagram karena sifatnya yang lebih menunjang untuk promosi *real time* dan

karakteristiknya yang mendukung segala bentuk konten dengan kelengkapan fitur yang dimilikinya.

**Gambar 10: Akun Instagram Film Agak Laen**



Sumber: Instagram @pilem.agak.laen, diakses pada 10 Agustus 2024

Hingga Sabtu, 10 Agustus 2024, pada Instagram @pilem.agak.laen terdapat sebanyak 657 unggahan, dengan 72.500 pengikut. Instagram ini mulai aktif menggunakan akunnya untuk berpromosi film *Agak Laen (2024)* pada tanggal 1 September 2023 sedangkan film nya sendiri tayang pada 1 Februari 2024. Pada unggahan pertama mengenai Film *Agak Laen (2024)*, akun ini mengawalinya dengan konten bertajuk “COMING SOON FILM AGAK LAEN”, sekaligus *logo reveal* film *Agak Laen (2024)*. Setelahnya diikuti dengan konten-konten yang bervariasi seperti *teaser*, *trailer*, *video kick off campaign*, poster, informasi terkait *special screening*, *gala premiere*, promo *buy 1 get 1*, daftar bioskop, testimoni, dan lain sebagainya. Variasi konten yang disajikan dalam Instagram ini bermacam-macam mengikuti tujuan yang ingin diraih pada setiap konten itu sendiri.

### C. Konten *Final Trailer* film *Agak Laen* (2024) pada Instagram @pilem.agak.laen

Konten *trailer* merupakan *mandatory content* yang selalu ada pada setiap rangkaian promosi film yang akan tayang. Pada Instagram @pilem.agak.laen konten *trailer* dibuat sebanyak dua kali, yang pertama disebut dengan *official trailer* dan konten kedua disebut dengan *final trailer* yang tayang pada 26 Januari 2024 mendekati masa tayang filmnya di bioskop pada 1 Februari 2024. *Final trailer* dengan durasi 1 menit 50 detik memperoleh 2 juta *views*, 35.000 *likes*, 1267 *comments*, dan 10.300 *share* dan menjadi konten dengan *engagement* tertinggi dari seluruh konten Instagram @pilem.agak.laen. Fokus dari konten *final trailer* film *Agak Laen* (2024) yang diunggah di Instagram @pilem.agak.laen ini adalah untuk menjelaskan premis cerita, penggalan-penggalan scene menarik, dan pengenalan tokoh secara singkat untuk menarik audiens. Dalam konten *final trailer* ini juga tertulis “Dari Kreator film *Ngeri-Ngeri Sedap* (2022)”, film berbahasa daerah produksi Imajinari yang sukses dengan 2.886.121 penonton di bioskop (Janati, 2022), dengan tujuan menarik kepercayaan penonton bahwa film ini juga dibuat oleh mereka yang telah menghasilkan film yang ditonton oleh banyak orang di bioskop, dan menarik banyak pujian pada film sebelumnya. Pada *caption* konten tersebut, tertulis “FINAL TRAILER PILEM AGAK LAEN. Sebentar lagi teman-teman semua akan menyaksikan solusi yang agak laen dari masalah yang dihadapi oleh quartet @borisbokir, @okirengga33, @bene\_dion @dan @indrajegel. Semakin dekat ke 1 Februari. Di beberapa bioskop sudah bisa dibeli tiketnya. Segera amankan, beli sekarang”. *Caption* tersebut memperingatkan bahwa film

*Agak Laen (2024)* akan segera tayang, dan diperjelas dengan *call to action* pada akhir kalimat yang mendorong orang untuk membeli tiketnya secepatnya.

Pada kolom komentar pada konten *final trailer* yang diunggah oleh Instagram @pilem.agak.laen ini menunjukkan respon yang beragam terhadap konten tersebut. Beberapa dari mereka mengungkapkan ketidaksabaran untuk segera nonton filmnya di bioskop, beberapa menandai/menyebut dengan mention orang lain, ada pula yang memberikan komentar, *review*, maupun penilaian dengan *rating* atas film *Agak Laen (2024)* pada konten tersebut.

