

# Potensi film Islami dalam industri perfilman: pengaruh word of mouth, product, dan promotion terhadap purchase intention Film Islami = The Potential of Islamic film in the film industry: the effect of word of mouth, product, and promotion on purchase intention of Islamic film

Dian Laksana Fitrah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491983&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Saat ini industri perfilman Indonesia masih fokus pada genre drama komedi, horor dan cinta. Setiap tahun film-film ini diproduksi lebih banyak daripada film-film Indonesia dengan genre lain. Di sisi lain, ada film-film Islami yang lebih memberikan keuntungan dan penjualan yang tinggi, bahkan memecahkan rekor box office film Indonesia seperti film Ayat-Ayat Cinta yang mencapai lebih dari 3 juta penonton. Apalagi film islami tidak hanya bertujuan untuk menghibur atau mendulang keuntungan, tetapi sebagai wadah dakwah kreatif yang tidak menggurui. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat potensi film Islami dalam industri perfilman Indonesia berdasarkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk menonton film Islami. Faktor-faktor tersebut adalah People, Script, Price, Promotion, Distribution, Word of Mouth (WOM), Attendance, Religiosity, dan Purchase Intention. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada industri perfilman untuk memperluas diversifikasi genre film Indonesia khususnya film. Islam dan meningkatkan kualitas perfilman Indonesia

..... Currently the Indonesian film industry still focuses on the comedy, horror and love drama genres. Each year, more of these films are produced than Indonesian films of other genres. On the other hand, there are Islamic films that provide more profit and high sales, even breaking box office records for Indonesian films such as the film Ayat-Ayat Cinta which reached more than 3 million viewers. Moreover, Islamic films are not only intended to entertain or gain profit, but as a place for creative da'wah that is not patronizing.

Therefore, this study aims to see the potential of Islamic films in the Indonesian film industry based on factors that can influence people to watch Islamic films. These factors are People, Script, Price, Promotion, Distribution, Word of Mouth (WOM), Attendance, Religiosity, and Purchase Intention. It is hoped that the results of this study can provide recommendations to the film industry to expand the diversification of Indonesian film genres, especially films. Islam and improve the quality of Indonesian cinema