

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebuah proses komunikasi yang dilaksanakan memiliki berbagai kendala yang tidak luput dari berbagai rintangan dan hambatan, termasuk penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan atau khalayak. Oleh karena itu perencanaan komunikasi diupayakan untuk mengatasi rintangan dan hambatan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi. Sedangkan dari sisi fungsional, perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai (Cangara, 2017:43). Pemilihan perencanaan komunikasi merupakan sebuah langkah yang baik dan krusial dalam penanganan secara hati-hati dalam perencanaan suatu media. Salah satu media yang bisa menerapkan perencanaan komunikasi adalah distribusi film.

Menurut Heren (2020:109) sebagai sebuah seni, film harus dinilai secara artistik daripada rasional, karena memiliki kesamaan karakteristik dasar dari media lain yang dijalin bersama dalam komposisi yang berbeda. Seperti halnya drama, film berkomunikasi secara visual melalui aksi, gerakan, ekspresi dramatis, dan komunikasi verbal. Film termasuk dalam industri kreatif karena memiliki potensi besar bagi perkembangan industri kreatif. Film adalah kekayaan budaya yang bernilai ekonomi, dan meskipun film terlihat seperti kekuatan lunak, mereka adalah kekuatan besar dalam sektor industri kreatif. Sebuah film yang memiliki dua karakter bawaan, budaya dan ekonomi, dan tidak dapat dipisahkan, membuat film menjadi sebuah kekuatan besar

(Putri, 2017:30).

Industri film sendiri pada dasarnya merupakan efek sinergi dari tiga rantai yang berbeda, yaitu rantai produksi, rantai distribusi, dan rantai pameran (Effendi, 2008). Tidak hanya para pelaku film, tetapi juga para pecinta film itu sendiri dan pemerintah terlibat aktif dalam industri perfilman Indonesia melalui peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang ekosistem perfilman. Film telah berkembang menjadi media nilai komersial. Selain aspek komersial, juga ada aspek independen yang biasanya dikenal dengan film *indie*. Menurut Latief (2021:94) film *indie* adalah proyek film yang diproduksi dengan biaya terbatas dan untuk penonton terbatas dengan tujuan pengambilan gambar atas inisiatif sendiri. Film *indie* sering disebut sebagai film "egosentris" yang hanya menarik bagi kalangan tertentu. Namun, bisa juga memiliki biaya promosi dan diputarkan di layar alternatif yang diupayakan oleh suatu komunitas. Film *indie* umumnya diputar di festival film lokal, nasional, dan internasional sebelum dirilis ke publik. Biasanya, film-film ini diproduksi dan didistribusikan secara internal, bukan di studio film besar.

Tataran manajemen perfilman terdapat konsep *Major* label dan *Indie* label. *Major* label cenderung fokus pada sisi industri yang menimbang untung dan rugi, sedangkan *indie* label cenderung fokus pada fitur utama, yaitu elemen idealis (Permana dkk, 2018:75). Film independen adalah film yang dibuat untuk mengekspresikan karya dan seni sutradara secara visual. Film *indie* memberikan lebih banyak kebebasan berekspresi bagi mereka yang terlibat dalam eksplorasi plot, pembuatan dan pengambilan gambar serta audio.

Jalur distribusi film independen tentu tak bisa (langsung) ditayangkan di

jaringan bioskop komersial, karena sering menawarkan tema-tema bersegmen khusus yang memiliki penikmat yang tidak umum. Film-film jenis ini butuh wadah sendiri. Dengan adanya ruang pemutaran alternatif, *platform streaming*, dan basis permintaan (*video on demand*), penikmat film seni dan *indie* dapat leluasa menonton film-film yang spesifik dengan ragam tema yang dihadirkan (Putra dkk, 2019:401). Perencanaan komunikasi menjadi salah satu alternatif untuk pengelolaan dan penyelenggaraan program distribusi film *indie* yang bisa diterapkan di beberapa daerah. Perencanaan komunikasi menjadi serangkaian metode dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja suatu ekosistem, dan tata laksana distribusi film *indie* yang meliputi penemuan fakta, perencanaan, komunikasi, dan evaluasi yang diimplementasikan dalam keseluruhan kepuasan kondisional. Hal ini dijalankan guna mencapai tujuan program pendistribusian film *indie* tersebut.

Proses perencanaan komunikasi dan pengevaluasian program-program yang terjadi dalam pendistribusian film *indie* membuat penarikan dan kepuasan khalayak melalui komunikasi mengenai informasi, dan melalui pandangan yang menghubungkan perusahaan atau komunitas film *indie* dengan karyanya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, perhatian dan kepentingan para ekosistem film *indie* (Azhari, 2018:7). Perencanaan komunikasi dan perencanaan komunikasi strategis diupayakan untuk mencapai tujuan jangka panjang dan jangka pendek. Untuk mencapai tujuan tersebut, perencanaan komunikasi harus mampu menunjukkan cara yang efisien dan efektif dalam pendistribusian, dalam artian pendekatannya bisa berbeda-beda setiap saat, tergantung situasi dan kondisi yang muncul selama proses pengelolaan dan penyelenggaraan distribusi film *indie*.

Film independen atau yang dikenal dengan film *indie* memiliki saluran penayangan yang berbeda dengan film komersial. Bioskop tidak cocok untuk film pendek dan lebih mengutamakan penonton yang banyak dan berasal dari film komersial. Karena itu, perencanaan komunikasi dibutuhkan dalam proses pendistribusian film *indie* yang memiliki salurannya sendiri, seperti festival film atau ruang pemutaran alternatif yang diprogramkan oleh komunitas film. Beberapa pembuat film memilih *platform* internet seperti youtube sebagai saluran film *indie* mereka dan juga *platform streaming* sebagai alternatif dalam maraknya perkembangan teknologi (Putri, 2013:120).

Hasil observasi awal peneliti di lapangan, film *indie* biasanya diproduksi oleh komunitas film, unit kegiatan mahasiswa, institusi pendidikan film, bahkan individu yang ingin berkarya secara bebas tanpa terpengaruh kepentingannya. Komunitas film kampus pada umumnya terdiri dari berbagai jurusan tetapi banyak dari mereka berkumpul karena keinginan untuk produksi film. Dalam hal ini, di Sumatera Barat sebagai contohnya seperti Andalas Sinematografi UNAND, Metasinema FIB UNAND, dan UKFF (Unit Kegiatan Fotografi dan Film) UNP. Institusi Pendidikan yang berfokus dalam pengkajian film seperti jurusan TV dan Film Institut Seni Indonesia Padang Panjang, dan Ilmu Komunikasi Universitas Andalas. Beberapa mahasiswa yang tergabung di pengkajian film dan komunitas kampus kemudian ikut berkembang di luar kampus karena regenerasi mahasiswa yang telah lulus, dan keinginan untuk menjalin kerja sama dari rekan-rekan luar kampus (Fatma, 2021:4).

Menurut *Film Programmer* Bioskop Taman, Fais Ramadhani (2023) Bioskop Taman sebagai salah satu komunitas film yang berfokus pada ruang apresiasi film

independen di Kota Bukittinggi, menjadi salah satu dari beberapa komunitas film lainnya yang meramaikan industri kreatif terkhususnya film di Sumatera Barat. Oleh karena itu para pengkarya film *indie* sering memproduksi film berupa film pendek yang berdurasi kurang lebih 10-40 menit, dan sering ditampilkan di ruang proyeksi terpisah. Ini tergantung pada kreativitas, keahlian, dan biaya produksi film itu sendiri. Selain itu, menurut hasil observasi awal peneliti di lapangan, ada Klub Film yang berada di Kota Padang dan Sinema Pojok yang berada di Solok, merupakan sebuah ruang pemutaran alternatif yang berfokus pada pemutaran film-film *indie* yang dipelopori oleh komunitas seni independen.

Di balik banyaknya karya yang mulai berkembang, tidak bisa dipungkiri banyaknya karya-karya sineas lokal terutama yang menjadi pusat industri kreatif di Sumatera Barat, untuk meramaikan industri kreatif itu sendiri. Film Festival merupakan salah satu ajang distribusi bagi sineas untuk menilai film melalui proses kurasi dari berbagai film yang didaftarkan. Pendistribusian film *indie* di Sumatera Barat jarang terdengar di beberapa festival nasional dan internasional serta berbagai *platform streaming* film *indie*. Singkatnya, pendistribusian film *indie* yang dilakukan belum maksimal dan tidak memadai syarat dan ketentuan dari saluran penayangan seperti festival dan *platform streaming* pemutaran *online*.

Penelitian mengenai perencanaan komunikasi distribusi film independen sebelumnya sudah pernah diteliti oleh Permana dkk (2018), *Journal of Urban Societies Art* dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran yang membahas tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Film *Indie*: Model Pemasaran dan Distribusi Film *Indie* Indonesia. Pada penelitiannya berlatarkan masalah dari distribusi dan pemasaran

film *indie* Indonesia yang direpresentasikan dari Kota Yogyakarta, Jakarta dan Makassar menggunakan setidaknya tujuh saluran pemasaran, yakni festival film, sosial media, *website*, *digital TV platform*, ruang putar alternatif, *roadshow*, dan *press screening*. Sedangkan dana yang mereka gunakan untuk biaya promosi biasanya berasal dari *crowdfunding* dan mendapatkan hibah dari negara, swasta, atau bekerja sama dengan seniman lintas kreasi/seni rupa. Hasil penelitiannya dapat dirincikan bahwa distribusi dan pemasaran film *indie* di Indonesia dipasarkan dan disalurkan melalui berbagai media dan dengan cara yang berbeda. Oleh karena itu, strategi komunikasi pemasaran dan distribusi film *indie* Indonesia dapat digambarkan menjadi sebuah model atau pemetaan (Permana dkk, 2018:76-77).

Penulis membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah subjek penelitian yang memiliki perbedaan antara perencanaan komunikasi dan strategi komunikasi, serta lokasi penelitian yang memiliki perbedaan antara ruang lingkup nasional dengan daerah regional khususnya Sumatera Barat. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa terdapat beberapa bagan dan model perencanaan dalam distribusi film *indie* yang ada di Indonesia. Dari melakukan proses distribusi melalui festival film secara nasional maupun internasional, selain itu dalam proses promosi dengan memanfaatkan sosial media untuk menarik penonton yang nantinya diperuntukan pada ruang pemutaran alternatif. Bahkan film-film tersebut bisa dijarang dan disalurkan pada *digital platform streaming* untuk bisa diakses secara menyeluruh oleh penonton secara daring. Akan tetapi, di beberapa daerah di Indonesia distribusi film *indie* mendapati hambatan, baik dari segi perencanaan distribusi maupun penonton.

Menurut Dhika Riski Sandy (2022) salah satu mahasiswa Prodi Film Institut

Kesenian Jakarta (IKJ), distribusi film *indie* yang terjadi di Jakarta, Yogyakarta, Bandung, dan Makassar terjadi secara terorganisir. Pada dasarnya, distribusi dan apresiasi film *indie* yang dilakukan di beberapa kota besar di Pulau Jawa dan sekitarnya menggunakan pihak ketiga sebagai perantara distribusi. Pihak ketiga ini berupa komunitas independen dan bahkan sudah ada beberapa yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT), atau di bawah naungan pemerintah yang berfokus pada distribusi, pameran dan pendanaan film. Sebagai contohnya seperti Kolektif Film, Kineforum, Buttonijo, Sinekoci, Rangkai.id, In-Docs, dan sebagainya.

Perbedaan terjadi di Sumatera Barat, sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan seni dan budaya, film *indie* menjadi salah satu alternatif film yang bebas dan mandiri serta memiliki karakteristik bentuk yang berbeda dengan jalur komersial. Perkembangan film *indie* di Sumatera Barat belum diikuti dengan terobosan yang efektif dalam hal distribusi film. Regulasi pemerintah belum berperan aktif mengimbangi perkembangan film *indie* di Sumatera Barat yang semakin pesat dalam hal distribusi. Oleh karena itu, sineas membangun jalur distribusi secara mandiri.

Instansi pemerintah sebagai regulator beserta akademisi belum berperan aktif dalam meningkatkan perkembangan film *indie* di Sumatera Barat. Terlihat kurangnya saluran distribusi yang dilakukan oleh pemerintah dan akademisi dalam mendukung penyaluran industri kreatif daerah. Banyaknya festival film daerah dan layar alternatif sebagai salah satu saluran distribusi film *indie* yang masih belum rutin berlangsung (Pratama, 2020:3). Seperti Sumbar Film Festival (Surfival) yang terhenti pada tahun 2019, Dokumenter Film Festival (Dokufest) yang terhenti di tahun 2020. Seharusnya festival film daerah ini bisa rutin berlangsung, agar para pelaku ekosistem film daerah

bisa mendistribusikan karya. Dalam hal ini, sineas lokal harus berupaya menciptakan dan membangun jalur distribusi secara mandiri dan kolektif sesama pelaku ekosistem kreatif daerah.

Ekosistem film *indie* berpegang kepada dana pribadi atau komunitas film terkait, dan dana hibah dari suatu Lembaga Swadaya Masyarakat, atau dinas tertentu yang berkaitan dengan proyek film independen tersebut. Di Sumatera Barat film independen kurang diperhatikan oleh pihak pemerintah dalam bentuk distribusi film. Pasang surutnya gairah perfilman yang ada di Ranah Minang membuat ekosistem film menjadi terkendala, dan bahkan banyak sineas lokal yang kurang mendapatkan pasar distribusi film mereka terkhususnya film *indie* di tanah kelahiran bapak perfilman nasional tersebut (Pratama, 2020:3).

Berdasarkan fenomena tersebut, masalah perencanaan komunikasi distribusi film independen di Sumatera Barat sangat menarik untuk dikaji. Sehingga hasil penelitian ini dapat memberi gambaran dalam perencanaan komunikasi distribusi film *indie* yang dikembangkan di Sumatera Barat. Distribusi film *indie* di Sumatera Barat yang berkembang dari subjektif ruang distribusi dalam industri kreatif sebagai pelaku utamanya, maka penelitian yang diangkat berjudul “Perencanaan Komunikasi Pendistribusian Film Independen di Sumatera Barat (Studi Kasus 4 Kota di Sumatera Barat)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat rumusan masalah dalam penelitian ini adalah menganalisis bagaimana perencanaan komunikasi distribusi film

independen di Sumatera Barat.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Menjelaskan perencanaan komunikasi distribusi film independen di Sumatera Barat.
2. Menganalisis pendistribusian film independen di Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

1. Memberikan manfaat dalam bidang ilmu komunikasi terutama dalam kajian film.
2. Memberikan pandangan baru mengenai perencanaan komunikasi distribusi film independen di Sumatera Barat.
3. Menambah pemahaman dan pengetahuan tentang film *indie* terkhususnya dalam distribusi film di masyarakat Sumatera Barat.
4. Referensi mahasiswa ilmu komunikasi jika membutuhkan kajian tentang perfilman terutama pada kajian film *indie*, dan dapat memberikan wawasan kepada peneliti lainnya dengan topik dan pembahasan yang berbeda.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan film independen sebagai identitas budaya yang diakui baik di dalam maupun di luar Sumatera Barat. Karena mengingat film merupakan sebuah karya audio visual yang kaya akan

dipertontonkan.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi apresiasi kepada sineas lokal, sehingga dapat menumbuhkan rasa penghargaan dan kecintaannya terhadap film *indie*. Serta diharapkan tulisan ini nantinya dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam mempelajari film baik secara teks maupun konteksnya.

